

**ANALISIS HUBUNGAN STRATEGI DIFERENSIASI, KUALITAS PRODUK DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JEANS GABRIELLE PADA PT.**

RAMAYANA LESTARI SENTOSA,Tbk

YAN RICHARD RADJA

14410220

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Guna Memenuhi Sebagian DariPersyaratan-
Persayaran Untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi**



FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KRISTEN ARTHA WACANA

KUPANG

2021

SKRIPSI

**ANALISIS HUBUNGAN STRATEGI DIFERENSIASI, KUALITAS PRODUK
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JEANS GABRIELLE
PADA PT. RAMAYANA LESTARI SENTOSA,Tbk**

YAN RICHARD RADJA

14410220

Menyetujui

Pembimbing I



Drs. Robert A. Serang, M.Si

NIDN:0809096601

Pembimbing II



Zet Ena, SE.,MM

NIDN:0821096701

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KRISTEN ARTHA WACANA

KUPANG

2021

SKRIPSI

**ANALISIS HUBUNGAN STRATEGI DIFERENSIASI, KUALITAS PRODUK
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JEANS GABRIELLE**

PADA PT. RAMAYANA LESTARI SENTOSA, Tbk

Disiapkan dan disusun oleh :

YAN RICHARD RADJA

14410220



Telah dipertahankan didepan dewan penguji

Pada Tanggal : 27 Mei 2021

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Penguji Utama	Jusuf Aboladaka, SE., M.Si	<i>Pen.</i>
Penguji Anggota	Alya Elita Sjoen SE., MM	<i>[Signature]</i>
Penguji Anggota/Pembimbing	Drs, Robert A. Serang, M.Si	<i>[Signature]</i>
Penguji Anggota/Pembimbing	Zet Ena, SE., MM	<i>[Signature]</i>

**SKRIPSI INI TELAH DITERIMA SEBAGAI SALAH SATU
PERSYARATAN UNTUK MEMPEROLEH
GELAR SARJANA EKONOMI**

DEKAN FAKULTAS EKONOMI



Jusuf Aboladaka, SE., M.Si
NIDN : 0806015701

KETUA PROGRAM STUDI

[Signature]

Alya Elita Sjoen, SE., M.M
NIDN : 0831018301

MOTTO

“JANGAN SEORANGPUN MENGANGGAP ENKKAU
RENDAH KARENA ENKKAU MUDA. KARENA PISAU
TUMPUL PUN JIKA DIASA TERUS-MENERUS AKAN
MENJADI TAJAM”

PERSEMBAHAN

Dengan penuh Hormat Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus Adalah Sumber Kekuatan, Dan Sang Pemberi Hikmat
2. Orang Tua Tercinta (Bapak Hermanus Djahe dan Leoni Radja(alm))
3. Kakak Tercinta Oktavianus Radja, Yulius Reno Radja, Benyamin Radja, Hengki Radja(alm), dan Indriani Radja.
4. Dosen Penasehat Akademik Elias H.M. Isliko, SE.,MM(alm)
5. Adik Tercinta Ofrianus, Dovan, Baron, Miller, Efky, Mansyur, Arel, Efer, Nabunga, Novy, Itna, Donchy, Mabula, Maby, Ryan, Irwan Serta Semua keluarga Besar GMM
6. Teman Spesial Imer Do Lalu
7. Sahabat Tercinta, Yohanes Asa, Yohanes Riko Re, Yuner Manu, Titus Tadu Khale, dan Lebri Tupa
8. Teman-teman Manajemen Kelas D angkatan 2014.
9. Almamaterku Universitas Kristen Artha Wacana Kupang yang tercinta

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan Kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan kasih karunia yang telah dilimpahkan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “**Analisis Hubungan Strategi Diferensiasi, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jeans Gabrielle Pada PT. Ramayana Lestari Sentosa, Tbk**”. Skripsi ini dibuat dalam rangka untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam menyelesaikan studi guna memperoleh gelar sarjana ekonomi pada program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Artha Wacana Kupang. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, dukungan dan petunjuk dari berbagai pihak, penulis tidak mungkin dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh Karen itu dengan rendah hati penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Ayub Urbanus Imanuel Meko, M.Si, selaku Rektor Universitas Kristen Artha Wacana Kupang,
2. Bapak Jusuf Aboladaka, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Artha Wacana Kupang
3. Ibu Alya Elita Sjoen, SE., MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Artha Wacana Kupang.
4. Bapak Elias S. Liko, SE., MM(alm) selaku Dosen Penasehat Akademik.
5. Bapak Drs. Robert A. Serang, MSi, selaku pembimbing I yang telah membantu dan membimbing penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

6. Bapak Zet Ena, SE,.MM selaku pembimbing II, yang telah membimbing dan memberikan saran-saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak-Ibu Dosen dan Staf pengajar yang ada di prodi Manajemen khususnya atas segala dan upaya dalam memberikan bekal dan pengetahuan pada penulis.
8. Bapak dan ibu pegawai Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Artha Wacana Kupang yang setia melayani penulis dalam hal administrasi.
9. Orang Tua Tercinta Bapak Hermanus Djahe dan Mama Leoni Radja(alm). Kakak Oktavianus Radja, Yulius R. Radja, Benyamin Radja, Hengki Radja(alm), dan Indriani Radja. terima kasih atas cinta kasih sayang, ketulusan, kesabaran dan motivasi serta dukungan doa yang tulus yang tidak dapat saya balas dengan apapun, tetapi semoga saya bisa menjadi anak yang berguna serta dapat membanggakan keluarga.
10. Adik Tercinta Ofrianus, Dovan, Baron, Miller, Efky, Mansyur, Arel, Efer, Nabunga, Novy, Itna, Donchy, Mabula, Maby, Ryan, Irwan Serta Semua keluarga Besar GMM
11. Teman Spesial Imer Do Lalu. Trimakasih sudah menemani serta dukungan dan do'anya selama ini
12. Teman-teman seperjuangan 2014 yang tidak dapat saya sebutkan namanya satu persatu terima kasih atas dukungan dan doanya. Akhirnya, hanya doa dan harapan serta ucapan terima kasih yang sebesarbesarnya dari penulis atas

segala dukungan dari semua pihak. Biarlah Tuhan Yesus, sang pemberi berkat yang akan membalas semuanya.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	.
LEMBAR PENGESAHAN.....	.
MOTTO.....	i
PERSEMBAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRAK.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian.....	7
1.3 Persoalan Penelitian.....	7
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1. Keputusan Pembelian.....	9
2.1.2. Strategi Diferensiasi.....	17
2.1.3. Kualitas Produk.....	21
2.1.4. Harga.....	27
2.2. Konsep Penelitian	29

2.3. Hipotesis Dan Kerangka Dasar Penelitian.....	30
2.3.1. Hipotesis.....	30
2.3.2. Kerangka Dasar Penelitian.....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1. Populasi dan Sampel Penelitian.....	33
3.1.1. populasi Penelitian.....	33
3.1.2. sampel Penelitian.....	33
3.2. Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.3. Skala Pengukuran Dan Indikator Empirik.....	35
3.4. Teknik Analisis Data.....	37
3.4.1. Analisis Pendahuluan.....	37
3.4.2. Analisis Lanjutan.....	38
BAB IV ANALISIS DAN BAHASAN HASIL ANALISIS.....	40
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	40
4.2. Karakteristik Respondent.....	41
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	41
4.2.2. karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
4.3. Analisis Pendahuluan.....	43
4.4. Analisis Lanjutan.....	62
4.5. Bahasan Hasil Analisis	62
BAB V PENUTUP.....	64
5.1. Kesimpulan.....	64

5.2. Implikasi.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....	69

DAFTAR TABEL

Tabel	1.1	Data	Penjualan	Jeans	Brand	
Gabrrielle.....						5
Tabel 3.1 Kategori Jawaban.....						35
Tabel.3.2.Skala		Pengukuran		Dan		Indikator
Empirik.....						35
Tabel 4.1Karateristik Responden Berdasarkan Usia.....						41
Tabel 4.2Karateristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....						42
Tabel.4.3Distribusi		Responden		Pada		Penilaian
Gaya.....						43
Tabel 4.4Destribusi Responden Pada Penilaian Keandalan.....						44
Tabel 4.5Destribusi Responden Pada Penilaian Kemudahan Pemesanan.....						45
Tabel 4.6Desdribusi Responden Pada Penilaian Responsif.....						45
Tabel 4.7Destribusi Responden Pada Penilaian Konikasi Pelayanan.....						46
Tabel 4.8 Deskribusi Responden Pada Penilaian Pelayanan Yang Cepat.....						47
Tabel 4.9 Destribusi Responden Pada Penilaian Daya Tahan.....						48
Tabel 4.10 Destribusi Responden Pada Penilaian Kesesuaian Dengan Spesifikasi						49
.....						49
Tabel 4.11 Destribusi Responden Pada Penilaian Fitur.....						49
Tabel 4.12 Destribusi Responden Pada Penilaian Rrliabilitas.....						50
Tabel 4.13 Destribusi Responden Pada Penilaian Estetika.....						51
Tabel 4.14 Destribusi Responden Pada Penilaian Kesan Kualitas.....						52

Tabel 4.15 Destribusi Responden Pada Penilaian Harga Yang Sesuai Dengan Manfaat.....	53
Tabel 4.16 Destribusi Responden Pada Penilaian Persepsi Harga dan Manfaat.....	53
Tabel 4.17 Destribusi Responden Pada Penilaian Harga Barang Terjangkau.....	54
Tabel 4.18 Destribusi Responden Pada Penilaian Kesusuaian Harga Dengan Kualitasnya.....	55
Tabel 4.19 Destribusi Responden Pada Penilaian Tertarik Dan Yakin Dalam Membeli.....	56
Tabel 4.20 Destribusi Responden Pada Penilaian Mencari Informasi.....	57
Tabel 4.21 Destribusi Responden Pada Penilaian Merencanakan Pembelian.....	58
Tabel 4.22 Destribusi Responden Pada Penilaian Sesuai Keinginan Sehingga Merasa Puas.....	58
Tabel 4.24 Nilai Koefisien Korelasi.....	62

DAFTAR GAMBAR

2.1. Gambar Skema Krangka Dasar Penelitian.....32