



**STUDI PERSEPSI KONSUMEN DALAM MEMBELI ALAT  
MUSIK DI JOJO MUSIC STORE SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program S-1

Bidang Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Widya Kartika

oleh

**Heskia Pihanka Putra**

**111.19.038**

**PEMBIMBING**

**Dr.Erna Ferrinadewi, S.E.,M.M**

**NIP : 1/614/08.10/00.11/011**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS WIDYA KARTIKA SURABAYA  
SURABAYA**

**2023**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan pimpinan-Nya yang telah penulis terima selama melaksanakan skripsi ini, sehingga bisa menyelesaikan skripsi dengan judul “Studi Persepsi Konsumen Dalam Membeli Alat Musik Di *Jojo Music Store* Surabaya”. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada S-1 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Kartika Surabaya. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terimakasih yang mendalam kepada:

1. Yth. Filipus Priyo Suprobo, S.T., M.T. selaku rektor & Arief Budiman, B.S.,M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Widya Kartika.
2. Yth. Ibu Dr. Erna Ferrinadewi Kusnarsiyah, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Kartika dan Dosen Wali.
3. Yth. Ibu Dr. Erna Ferrinadewi Kusnarsiyah, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah membantu dan memberikan saran dalam proses penyusunan skripsi.
4. Yth. Bapak Muis Murtadho, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah membantu dan memberikan saran dalam proses penyusunan skripsi.
5. Yth. Bapak dan Ibu Dosen yang telah membimbing penulis selama belajar di Universitas Widya Kartika Surabaya.
6. Ungkapan terimakasih penulis ucapkan dengan rendah hati dan rasa hormat kepada orang tua dan keluarga yang telah memberikan dukungan moril serta perhatian kepada penulis.
7. Teman-teman saya yang telah bersedia meluangkan waktu memberi semangat dan bantuan secara moril, dan perhatian.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan, hal ini disebabkan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis. Untuk itu kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Dalam penyusunan skripsi ini terdapat hambatan dan rintangan yang penulis hadapi, namun pada akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik berkat bantuan, dorongan dan bimbingan dari berbagai pihak.

Surabaya, 25 Mei 2023



Penulis



UWIKKA

## ABSTRAK

Heskia

Skripsi

Studi Studi Persepsi Konsumen Dalam Membeli Alat Musik Di *Jojo Music Store*  
Surabaya

Latar belakang dalam penelitian ini adalah peneliti ingin mengetahui persepsi para konsumen dalam membeli alat musik di *Jojo Music Store* Surabaya. Persepsi merupakan salah satu hal yang dapat dijadikan pedoman konsumen dalam pembelian suatu produk, terkhususnya dalam penelitian ini adalah produk alat musik. Persepsi bisa jadi tentang suatu merek, kualitas, harga, lokasi atau bahkan keseluruhan dari beberapa hal tersebut. Rumusan masalah dalam penelitian kali ini adalah bagaimana persepsi konsumen dalam membeli alat musik di *Jojo Music Store* Surabaya.

Metodologi penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan mengambil 10 orang sebagai informan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara dan teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa terdapat 2 persepsi konsumen dalam membeli alat musik di *Jojo Music Store* yaitu stimuli yang di berikan *Jojo Music Store* yang menghasilkan sensasi dalam bentuk memperbolehkan pelanggan mencoba alat musik mahal. Lalu persepsi lainnya adalah karena atmosfer toko yang membuat para konsumen nyaman dan betah di dalam toko.

Kata Kunci: Persepsi Konsumen, Keputusan Pembelian, Alat Musik

## **ABSTRACT**

Heskia

*Thesis*

*Study of Consumer Perceptions in Buying Musical Instruments at Jojo Music Store Surabaya*

*The background in this research is that researchers want to know the perceptions of consumers in buying musical instruments at Jojo Music Store Surabaya. Perception is one of the things that can be used as a guide for consumers in purchasing a product, especially in this study, musical instrument products. Perception can be about a brand, quality, price, location or even all of these things. The formulation of the problem in this research is how consumers perceive buying musical instruments at Jojo Music Store Surabaya.*

*This research methodology uses qualitative methods by taking 10 people as informants. Data collection techniques in this study used interviews and data analysis techniques in this study used descriptive analysis with purposive sampling techniques. The results of this study found that there were 2 consumer perceptions in buying musical instruments at the Jojo Music Store, namely the stimuli provided by the Jojo Music Store which produced a sensation in the form of allowing customers to try expensive musical instruments. Then another perception is because of the store's atmosphere that makes consumers comfortable and feel at home in the store.*

*Keywords: Consumer Perceptions, Purchasing Decisions, Musical Instruments*

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1. 1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.5 Lingkup Penelitian .....	6
1.6 Batasan Penelitian .....	7
1.7 Sistematika Skripsi.....	7
BAB II LANDASAN TEORI .....	9
2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
2.1.1 Linda Indrayani dan I Nyoman Nurcaya .....	9
2.1.2 Gede, Hendra Mahayasa.....	9
2.1.3 Rizky Syamsidar Euis Soliha .....	10
2.2 Persamaan dan perbedaan penelitian .....	11
2.3 Landasan Teori.....	12
2.3.1 Definisi Persepsi Konsumen.....	12
2.3.2 Pembentukan Persepsi .....	14
2.3.3 Proses Persepsi .....	15
2.3.4 Kualitas Produk.....	18
2.3.5 Klasifikasi Produk.....	19
2.3.6 Dimensi Kualitas Produk.....	20
2.3.7 Persepsi Kualitas .....	21
2.3.8 <i>Store Atmosphere</i> .....	24
2.3.8.1 Pengertian <i>Store Atmosphere</i> .....	24
2.3.8.2 Indikator <i>Store Atmosphere</i> .....	25

2.3.9 Lokasi.....	26
2.3.9.1 Pengertian Lokasi.....	26
2.3.9.2 Indikator Lokasi .....	27
2.3.10 Keputusan Pembelian .....	28
2.3.10.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	28
2.3.10.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen .....	30
2.3.10.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
3.1 Metode dan Jenis Penelitian .....	32
3.2 Sumber Data.....	33
3.3 Populasi dan Informan .....	34
3.3.1 Populasi.....	34
3.3.2 Informan.....	34
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	35
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>38</b>
4.1 Gambaran Objek Penelitian.....	38
4.1.1 Gitar Akustik.....	38
4.1.2 Gitar Elektrik.....	39
4.1.3 Gitar Bass .....	40
4.1.4 Deskripsi <i>Jojo Music Store</i> Surabaya .....	42
4.2 Profil Informan.....	42
4.3 Hasil Pembahasan .....	43
4.3.1 Sumber Informasi Tentang Toko/ <i>Brand</i> .....	44
4.3.2 Datang dan Berapa Kali Transaksi .....	45
4.3.3 Produk Lain Yang Pernah Di Beli .....	46
4.3.4 Alasan Memutuskan Membeli di <i>Jojo Music</i> .....	48
4.3.5 Kualitas Produk Menurut Informan.....	51
4.3.6 Harga Produk dengan Kualitasnya .....	54
4.3.7 Lokasi <i>Jojo Music</i> .....	55
4.4 Analisa Wawancara.....	58
4.4.1 Stimuli Yang Diberikan <i>Jojo Music Store</i> .....	58
4.4.2 Persepsi Informan Terhadap Atmosfer Toko <i>Jojo Music</i> .....	59
4.4. Persepsi Konsumen Dalam Membeli Alat Musik di <i>Jojo Music Surabaya</i> .....	60
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>62</b>

5.1 Kesimpulan .....	62
5.2 Saran .....	62
DAFTAR PUSTAKA .....	64
Lampiran 1 : Hasil Wawancara .....	66
Lampiran 2 : Hasil Wawancara .....	68
Lampiran 3 : Hasil Wawancara .....	70
Lampiran 4 : Hasil Wawancara .....	72
Lampiran 5 : Hasil Wawancara .....	74
Lampiran 6 : Hasil Wawancara .....	76
Lampiran 7 : Hasil Wawancara .....	78
Lampiran 8 : Hasil Wawancara .....	80
Lampiran 9 : Hasil Wawancara .....	83
Lampiran 10 : Hasil Wawancara .....	86
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	88
DRAFT ARTIKEL ILMIAH .....	89
LEMBAR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI.....	97
LEMBAR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI.....	99



UWIKKA