



UNIVERSITAS PGRI
ADI BUANA
SURABAYA

SKRIPSI

PENGARUH *WILLINGNESS TO PAY* TERHADAP PENJUALAN
PAKAIAN MUSLIM MENGGUNAKAN PENDEKATAN *STRUCTURAL*
EQUATION MODELING (SEM)

DENKA PUNDITA PATRIADI
NIM. 163700112

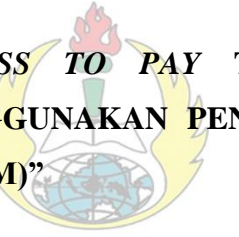
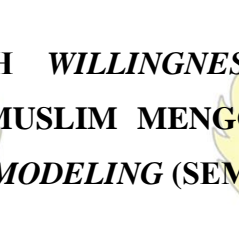
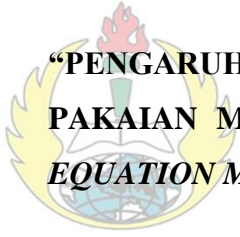
PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
2020



Tugas Akhir



**“PENGARUH *WILLINGNESS TO PAY* TERHADAP PENJUALAN
PAKAIAN MUSLIM MENGGUNAKAN PENDEKATAN *STRUCTURAL
EQUATION MODELING (SEM)*”**



**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Teknik Program Studi Teknik Industri
Fakultas Teknik**

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya



DENKA PUNDITA PATRIADI

NIM. 163700112




PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA

2020





Lembar Persetujuan Pembimbing

**Tugas Akhir ini dinyatakan sudah diujikan
Surabaya, 06 Juli 2020
Pembimbing,**


(YUNIA DWIE NURCAHYANIE, S.T., M.T.)



Lembar Persetujuan Panitia Ujian

Tugas Akhir ini telah disetujui oleh panitia ujian Tugas Akhir Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik Pada tanggal 24 Juli 2020



Panitia Ujian,

Ketua : Yunia Dwie Nurcahyanie, ST., MT.
Dekan

(.....)

Sekretaris : M. Nushron Ali Mukhtar, ST., MT.



Ketua Jurusan / Prodi

Anggota : Drs. H. Djoko Adi Waluyo, ST, MM, DBA.

(.....)

Penguji I
Ir. Titik Koesdijati, MT.

(.....)

Penguji II



SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Denka Pundita Patriadi

NIM : 163700112

Program Studi : Teknik Industri

Judul Tugas Akhir : “Pengaruh *Willingness To Pay* Terhadap Penjualan Pakaian Muslim Menggunakan Pendekatan *Structural Equation Modeling (SEM)*”

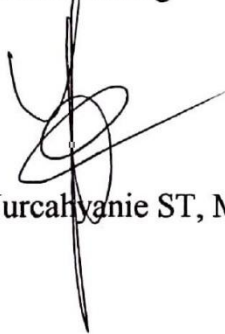
Dosen Pembimbing : Yunia Dwie Nurcahyanie ST, M.T

Menyatakan bahwa Tugas Akhir tersebut adalah bukan hasil menjiplak sebagian maupun keseluruhan, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah disebutkan sumbernya.

Demikian surat pernyataan saya buat dengan sebenarnya

Surabaya, 06 Juli 2020

Dosen Pembimbing



(Yunia Dwie Nurcahyanie ST, M.T)

Mahasiswa,



(Denka Pundita Patriadi)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT, karena atas ridhoNYA penulis dapat menyelesaikan penulisan Tugas Akhir dengan judul “Pengaruh *Willingness To Pay* Terhadap Penjualan Pakaian Muslim Menggunakan Pendekatan *Structural Equation Modeling* (Sem)” ini berhasil diselesaikan. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mendapatkan gelar Sarjana Teknik Program Studi Teknik Industri pada Fakultas Teknologi Industri, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

Ucapan Terima Kasih ditujukan kepada berbagai pihak yang telah memberikan bantuan bimbingan, arahan, saran, dan dukungan dari mulai awal hingga akhir dari penulisan Tugas akhir. Tidak lupa ucapan terima kasih di sampaikan kepada :

1. Allah SWT dengan segala rahmat serta karunia-Nya
2. Kedua orang tua yang telah memberikan dukungan dan motivasi.
3. Kakak kandung yang telah ikut membantu, dukungan, dan arahan mengerjakan tugas akhir ini.
4. Dekan Fakultas Teknik Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
5. Ketua Program Studi Teknik Industri.
6. Dosen Pembimbing Tugas Akhir
7. Seluruh dosen beserta staf di program studi teknik industri
8. Pihak toko HIJUP dan Dian Pelangi cabang Surabaya.
9. Seluruh Teman-teman Program Studi Teknik Industri yang telah memberi dukungan, bantuan, arahan dan motivasi, teruntuk Dessya, Sabrina, Mimin, Niko, dan Edi
10. Serta masih banyak lagi pihak yang berpengaruh dan turut serta mendoakan dan membantu hingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dan lancar

Surabaya, 06 Juli 2020

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN TUGAS AKHIR.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN BERITA ACARA UJIAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Ruang Lingkup dan Batasan Masalah	3
C. Rumusan Masalah	3
D. Tujuan dan Manfaat	3
1. Tujuan	3
2. Manfaat	3

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Kualitas Produk	5
B. Trend	6
C. Merek	7
D. Harga	7
1. Dimensi Harga	8
E. <i>Willingness To Pay</i> (WTP)	8
1. Konsep <i>Willingness To Pay</i> (WTP).....	8
2. Nilai <i>Willingness To Pay</i> (WTP)	10
F. <i>Structural equation modeling</i> (SEM).....	10

1. Konsep <i>Structural equation modeling</i> (SEM)	11
2. Proses Analisis <i>Structural equation modeling</i> (SEM)	11
G. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	12
1. Kerangka Pemikiran	12
2. Hipotesis	13
G. Penelitian Terdahulu	14

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian	17
B. Variabel dan Definisi Operasional Variabel	19
1. Variabel	19
2. Definisi Operasional Variabel	19
C. Populasi dan Penentuan Sampel	20
1. Populasi	20
2. Sampel	20
D. Jenis dan Sumber Data	21
1. Jenis Data	21
2. Sumber Data	21
E. Pengumpulan Data	21
F. Pengolahan Data	22
1. Analisis Deskriptif Responden	23
2. Pengujian model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	24
3. Pengujian model Struktural (<i>Inner Model</i>)	25
4. Pengujian Hipotesis	25

BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Penyajian Data	26
1. Analisis Deskriptif Responden	26
B. Analisis Data	26
1. Pengujian Instrumen Penelitian	46

a. <i>Structural equation modeling</i> (SEM)	46
1). Pengujian model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	46
2). Pengujian model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	51
3). Uji Hipotesis	53
C. Pembahasan	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	57
B. Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	12
Gambar 3.1. <i>Flowchart</i> Langkah-Langkah Pemecahan Masalah	17
Gambar 4.2 Diagram Karakteristik Responden Usia Responden	27
Gambar 4.3 Diagram Karakteristik Responden Tingkat Pendidikan	28
Gambar 4.4 Diagram Karakteristik Responden Pekerjaan	29
Gambar 4.5 Diagram Karakteristik Responden Pendapatan Perbulan	30
Gambar 4.6 Diagram jawaban pertanyaan dari kualitas produk sangat baik seperti bahan halus, rapi, dan dingin	32
Gambar 4.7 Diagram jawaban pertanyaan dari variasi “Dian Pelangi” dan “Hijup” sangat beragam seperti dressnya	32
Gambar 4.8 Diagram jawaban pertanyaan dari desain dan warna produk “Dian Pelangi” dan “Hijup” menarik	33
Gambar 4.9 Diagram jawaban pertanyaan dari saya merasa kualitas produk “Dian Pelangi” dan “Hijup” dapat memberikan kenyamanan saat saya pakai	34
Gambar 4.10 Diagram jawaban pertanyaan dari produk <i>dress</i> “Dian Pelangi” dan “Hijup” yang dijual sangat trendi	35
Gambar 4.11 Diagram jawaban pertanyaan dari produk “Dian Pelangi” dan “Hijup” dapat mempengaruhi tren dimasyarakat.....	35
Gambar 4.12 Diagram jawaban pertanyaan produk “Dian Pelangi” dan “Hijup” terutama dresnya dapat digunakan sepanjang waktu daripada produk lainnya ...	36
Gambar 4.13 Diagram jawaban pertanyaan dari “Dian Pelangi” dan “Hijup” adalah merek yang terkenal	37
Gambar 4.14 Diagram jawaban pertanyaan dari penggunaan merek “Dian Pelangi” dan “Hijup” efektif untuk kebutuhan saya dari pada merek lainnya	37
Gambar 4.15 Diagram jawaban pertanyaan dari merek “Dian Pelangi” dan “Hijup” dapat diandalkan dan dipercaya	38
Gambar 4.16 Diagram jawaban pertanyaan dari penggunaan merek “Dian Pelangi” dan “Hijup” membuat saya lebih percaya diri	39

Gambar 4.17 Diagram jawaban pertanyaan dari harga produk “Dian Pelangi” dan “Hijup” sesuai dengan yang diberikan	40
Gambar 4.18 Diagram jawaban pertanyaan dari harga pada “Dian Pelangi” dan “Hijup” sangat cocok dengan kebutuhan pembelinya	41
Gambar 4.19 Diagram jawaban pertanyaan dari harga produk “Dian Pelangi” dan “Hijup” sesuai kebutuhan masarakat menengah keatas	41
Gambar 4.20 Diagram jawaban pertanyaan dari harga “Dian Pelangi” dan “Hijup” mampu bersaing dengan brand sejenisnya	42
Gambar 4.21 Diagram jawaban pertanyaan dari saya membeli produk “Dian Pelangi” dan “Hijup” karena kebutuhan	43
Gambar 4.22 Diagram jawaban pertanyaan dari saya tertarik membeli produk “Dian Pelangi” dan “Hijup” karena informas yang saya dapat	44
Gambar 4.23 Diagram jawaban dari pertanyaan saya memutuskan membeli produk “Dian Pelangi” dan “Hijup” karena produknya <i>premium</i>	44
Gambar 4.24 Diagram jawaban dari pertanyaan saya memutuskan melakukan membeli produk “Dian Pelangi” dan “Hijup” karena pembelinya sedikit maka produknya ditawarktan semakin eksklusif	45
Gambar 4.23 Perancangan Model Penelitian	47

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1 Indikator penilaian responden	24
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden	26
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden	27
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	28
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	29
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan pendapatan perbulan	30
Tabel 4.6 Kualitas Produk sangat baik seperti bahan halus, rapi, dan dingin.....	31
Tabel 4.7 Variasi “Dian Pelangi” dan “Hijup” sangat beragam	32
Tabel 4.8 Desain dan warna produk “Dian Pelangi” dan “Hijup” menarik	33
Tabel 4.9 Saya merasa kualitas produk “Dian Pelangi” dan “Hijup” dapat memberikan kenyamanan saat saya pakai	34
Tabel 4.10 Produk “Dian Pelangi” dan “Hijup” yang dijual sangat trendi	34
Tabel 4.11 Produk “Dian Pelangi” dan “Hijup” dapat mempengaruhi tren dimasyarakat	35
Tabel 4.12 Produk “Dian Pelangi” dan “Hijup” terutama dresnya dapat digunakan sepanjang waktu daripada produk lainya	36
.....	
Tabel 4.13 “Dian Pelangi” dan “Hijup” adalah merek yang terkenal	37
Tabel 4.14 Penggunaan merek “Dian Pelangi” dan “Hijup” efektif untuk kebutuhan saya dari pada merek lainya	37
Tabel 4.15 Merek “Dian Pelangi” dan “Hijup” dapat diandalkan	38
Tabel 4.16 Penggunaan “Dian Pelangi” dan “Hijup” lebih percaya diri	39
Tabel 4.17 Harga “Dian Pelangi” dan “Hijup” sesuai diberikan	40
Tabel 4.18 Harga “Dian Pelangi” dan “Hijup” sangat cocok dengan kebutuhan pembelinya	40
Tabel 4.19 Harga prod “Dian Pelangi” dan “Hijup” sesuai kebutuhan masarakat menengah keatas	41

Tabel 4.20 Harga “Dian Pelangi” dan “Hijup” mampu bersaing.....	42
Tabel 4.21 Saya membeli “Dian Pelangi” dan “Hijup” karena kebutuhan	43
Tabel 4.22 Saya tertarik membeli produk “Dian Pelangi” dan “Hijup” karena informas yang saya dapat	43
Tabel 4.23 Saya memutuskan membeli produk “Dian Pelangi” dan “Hijup” karena produknya premium	44
.....	
Tabel 4.24 Saya membeli produk “Dian Pelangi” dan “Hijup” karena pembelinya sedikit maka produknya ditawarkan semakin <i>eksklusif</i>	45
Tabel.4.25 Hasil Algorithm <i>Outer model</i>	47
Tabel 4.26 Hasil Keluaran <i>Average Variances Extracted (AVE)</i>	49
Tabel 4.27 Hasil Keluaran <i>Composite Reliability (CR)</i>	50
Tabel 4.28 Hasil keluaran <i>crossloading</i>	51
Tabel 4.29 Hasil Keluaran <i>R-Square</i>	52
Tabel 4.30 Hasil Keluaran <i>Q-squared</i>	52
Tabel 4.31 <i>Output</i> Hasil Estimasi <i>Direct Effect</i>	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian	61
Lampiran 2. Hasil Jawaban Responden	64
Lampiran 3. Deskriptif Responden	70
Lampiran 4. WarpPLS	76

