

HALAMAN MOTTO

Percayalah, disaat kamu ikhlas dengan keadaanmu, disitulah Alloh SWT merencanakan kebahagiaan untukmu, Alloh SWT mampu mengubah situasi paling terpuruk menjadi momen terbaik untukmu. (KH. Maimoen Zubair)

YEN WANI OJO WEDI-WEDI

YEN WEDI OJO WANI-WANI

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan keikhlasan, kekuatan dan kesabaran sehingga Tugas Akhir (Skripsi) ini dapat terselesaikan. Tugas Akhir (Skripsi) ini penulis persembahkan kepada:

1. Bapak Edi dan Ibu Jumiyah tercinta yang selalu mendokanku dan mendukungku.
2. Teman – teman yang selalu menyemangati.
3. Dosen-dosen Universitas Putra Bangsa yang telah membantu melancarkan penyelesaian Tugas Akhir Skripsi ini.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk Zahrana Indah. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan jenis teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Sikap responden diukur dengan skala *likert* 4 dan data diolah dengan alat bantu SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) for windows versi 25.0. Analisis data menggunakan analisis deskriptif, analisis statistik (analisis regresi linier berganda). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial harga dan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Zahrana Indah. Citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Zahrana Indah. Secara simultan harga, kualitas produk dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Zahrana Indah.

Kata kunci : harga, kualitas produk, citra merek, keputusan pembelian.

ABSTRACT

This study aims to analyze and determine the effect of price, product quality and brand image on purchasing decisions for Zahrana Indah's products. The sample in this study were 100 respondents using a non-probability sampling technique with a purposive sampling technique. Methods of data collection using a questionnaire. Respondents' attitudes were measured using a Likert scale of 4 and the data was processed using SPSS (Statistical Product and Service Solution) for windows version 25.0. Data analysis used descriptive analysis, statistical analysis (multiple linear regression analysis). The results of this study indicate that partially the price and product quality have no significant effect on the purchasing decision of Zahrana Indah's products. Brand image has a significant effect on purchasing decisions for Zahrana Indah Products. Simultaneously price, product quality and brand image have a significant effect on purchasing decisions of Zahrana Indah's products.

Keywords: price, product quality, brand image and purchasing decisions.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas hidayah-Nya yang telah memberikan kekuatan, kesehatan dan kesabaran dalam mengerjakan skripsi ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ZAHRANA INDAH”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata-1 (S1) pada program studi Manajemen Universitas Putra Bangsa.

Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan dan mengaplikasikan ilmu yang didapat dibangku kuliah dengan realita kehidupan nyata, khususnya dalam bidang penelitian ilmiah. Penulis telah menyusun skripsi ini dengan segenap kemampuan yang ada, menggunakan analisis berdasarkan teori serta bantuan beberapa literatur. Penulis menyadari, penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan yang perlu diperbaiki, dikarenakan masih terbatasnya ilmu pengetahuan yang dimiliki penulis.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan baik fisik maupun motivasi dan dorongan dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Much. Riyadus Solichin, S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang telah memberi arahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

2. Segenap dosen, karyawan dan civitas akademika Universitas Putra Bangsa yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.
3. Semua responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi data kuesioner yang sangat diperlukan dalam keberlangsungan penulisan skripsi.
4. Teman-teman seperjuangan yang senantiasa menjadi penyemangat.
5. Semua pihak yang telah membantu terselesainya skripsi ini dari awal sampai akhir.
6. Dwiyanto Rizky Wibisono yang menemani, memberi masukan dan membantu penulisan dalam mengerjakan dan menyelesaikan tugas akhir kuliah.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Kebumen, Juni 2023

Penulis,

Elis Sangadah
NIM : 195503668

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN.....	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAKSI.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	10
1.3. Batasan Masalah.....	11
1.4. Tujuan Penelitian.....	13
1.5. Manfaat Penelitian.....	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	19
2.1. Landasan Teori.....	19
2.1.1. Manajemen Pemasaran.....	19
2.1.2. Keputusan Pembelian.....	19
2.1.3. Harga.....	22
2.1.4. Kualitas Produk.....	25
2.1.5. Citra Merek.....	27
2.2. Hasil Penelitian Terdahulu.....	30
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	32

2.4. Model Empiris.....	34
2.5. Hipotesis.....	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
3.1. Objek dan Subjek Penelitian	38
3.1.1. Objek Penelitian.....	38
3.1.2. Subjek Penelitian	38
3.2. Variabel Penelitian	39
3.2.1. Variabel Dependen	39
3.2.2. Variabel Independen.....	39
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	39
3.3.1. Keputusan Pembelian (Y).....	40
3.3.2. Pengaruh Harga (X1).....	41
3.3.3. Kualitas Produk (X2).....	41
3.3.4. Citra Merek (X3)	42
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	43
3.5. Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.5.1. Data.....	45
3.5.2. Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.6. Populasi dan Sampel	46
3.6.1. Populasi Penelian.....	46
3.6.2. Sampel Penelitian	47
3.7. Teknik Analisis	48
3.7.1. Uji Instrumen	48
3.7.2. Analisis Deskriptif	50
3.7.3. Uji Asumsi Klasik.....	50
3.7.4. Analisis Regresi Linear Berganda	51
3.7.5. Uji Hipotesis	52
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	56
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	56
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	56
4.2. Analisis Deskriptif.....	57

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	57
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	59
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	60
4.3. Analisis Statistik.....	60
4.3.1 Uji Instrumen	61
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	64
4.3.3 Analisis Regresi Linear Berganda	67
4.3.4 Uji Hipotesis	69
4.4. Pembahasan.....	73
4.4.1. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	73
4.4.2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.	74
4.4.3. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	75
4.4.4. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	76
BAB V SIMPULAN	78
5.1. Simpulan.....	78
5.2. Keterbatasan	81
5.3. Implikasi.....	82
5.3.1 Implikasi Praktis	82
5.3.2 Implikasi Teoritis.....	83

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
I-1	Penjualan Bulan Agustus – Oktober 2022	8
I-2	Perbandingan Zahrana Indah Dengan Kompotitor	8
I-3	Hasil Pra-Survei	9
II-1	Penelitian Terdahulu	30
III-1	Indikator dan Distribusi Variabel Keputusan Pembelian.....	40
III-2	Indikator dan Distribusi Variabel Pengaruh Harga.....	41
III-3	Indikator dan Distribusi Variabel Kualitas produk	42
III-4	Indikator dan Distribusi Variabel Citra Merek	43
IV-1	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	57
IV-2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
IV-3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
IV-4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	60
IV-5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Responden.....	60
IV-6	Hasil Uji Validitas Variabel Harga	61
IV-7	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	62
IV-8	Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek	63
IV-9	Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	63
IV-10	Hasil Uji Reliabilitas.....	64
IV-11	Hasil Uji Multikolinieritas	65
IV-12	Analisis Regresi Linear Berganda	68
IV-13	Hasil Analisis Uji t.....	70
IV-14	Hasil Uji Simultan (Uji F).....	71
IV-15	Hasil Uji Koefisien Determinasi	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
I-1 Model Empiris	35
IV-1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	66
IV-2 Hasil Uji Normalitas	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Kuesioner
2. Tabulasi Data Responden
3. Uji Validitas
4. Lampiran IV Uji Reliabilitas
5. Uji Asumsi Klasik
6. Analisis Regresi Linear Berganda
7. Uji Hipotesis
8. Tabel r
9. Tabel t
10. Tabel F
11. Kartu Konsultasi Skripsi
12. Kartu Peserta Seminar