

HALAMAN MOTTO

“Dunia ini ibarat bayangan kalau kamu berusaha menangkapnya
ia akan lari tapi kalau kamu membelakanginya ia tak punya
pilihan lain selain mengikutimu”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur 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. Orang tua saya tercinta Bapak Suparmo dan Ibu Parmini, yang selalu mendukung, mendoakan dan memberikan kasih sayang yang besar.
2. Keluarga besar saya yang telah membantu dalam keberhasilan kuliah saya.
3. Ibu Marynta Putri Pratama, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah senantiasa meluangkan waktu serta sabar membimbing dan mengarahkan penulis dalam pengerjaan skripsi.
4. Sahabat-sahabat saya (Grevy, Jesica, Nurhayati) yang selalu terbuka mendengarkan curhat dan memberikan semangat, motivasi, dan doa.
5. Semua responden yang telah meluangkan dan mengisi data kuesioner pendukung skripsi ini.
6. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini dan tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini difokuskan pada konsumen Sabun Cuci Muka Kahf di Kebumen. Jumlah pengamatan sebanyak 100 sampel penelitian yang diperoleh dengan Teknik *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*. Teknik *nonprobability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan program SPSS *statistic 22 for windows*. Hasil penelitian ini menunjukkan Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, Persepsi Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, dan Citra Merek tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek, Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

This research aims to determine the influence of product quality, price perception and brand image on purchasing decisions. This research focuses on consumers of Kahf Facial Wash Soap in Kebumen. The number of observations was 100 research samples obtained using purposive sampling technique. The analysis technique used in nonprobability sampling. The nonprobability sampling technique used was purposive sampling. The method used in this research is a quantitative method. Data analysis used multiple linear regression analysis with the SPSS statistics 22 for windows program. The results of this research show that product quality has no effect on purchasing decisions, price perception has an effect on purchasing decisions, and brand image has no effect on purchasing decisions.

Keywords: *Product Quality, Price Perception, Brand Image, Purchase Decision*



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan dan penulisan skripsi ini dengan lancar, dan tidak lupa shalawat serta salam senantiasa penulis ucapkan kepada junjungan kita Nabi Agung Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabatnya serta pengikutnya sampai akhir zaman.

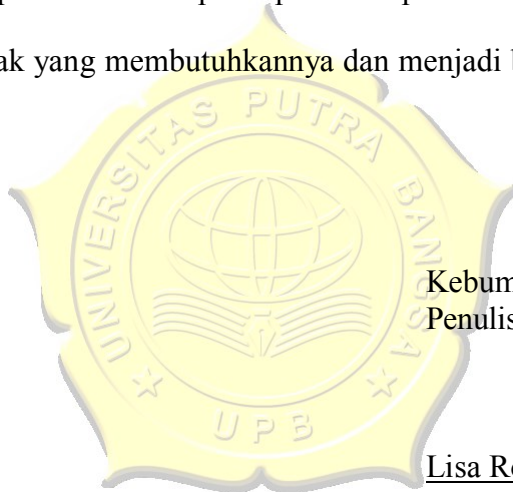
Sebagai tugas akhir dan syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S.M) di program studi S1 Manajemen pada Universitas Putra Bangsa Kebumen dengan judul: “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Cuci Muka Kahf (Studi Pada Konsumen Sabun Cuci Muka Kahf) ”. Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk menerapkan teori yang pernah penulis peroleh dari kelas perkuliahan maupun literatur dengan menerapkan fakta yang terjadi sesungguhnya.

Penulis menyadari bahwa penelitian dan penulisan skripsi ini dapat terlaksana dengan lancar berkat dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Gunarso, S.E., M.M. sebagai Rektor Universitas Putra Bangsa Kebumen.
2. Bapak Parmin, S.E., M.M., sebagai Kaprodi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen.
3. Ibu Marynta Putri Pratama, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah sabar memberikan bimbingan arahan serta motivasi dalam penyusunan skripsi.

4. Kedua orang tua dan segenap keluarga penulis yang selalu memberikan motivasi dan doa sehingga penulis mampu menyusun skripsi ini.
5. Semua dosen Universitas Putra Bangsa yang telah mendidik dan mengajar saya dengan tulus dan sabar.
6. Rekan-rekan mahasiswa Universitas Putra Bangsa yang telah mendukung terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa tulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan. penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis, semua pihak yang membutuhkannya dan menjadi bahan masukan dalam dunia Pendidikan.



Kebumen, 01 Februari 2025
Penulis,

Lisa Rosali
NIM.215504520

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iii
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAKSI	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Batasan Masalah	8
1.4. Tujuan Penelitian	11
1.5. Manfaat Penelitian	11
1.5.1. Manfaat Teoritis	11
1.5.2. Manfaat Praktis	12
BAB II	13
KAJIAN PUSTAKA	13
2.1. Tinjauan Teori	13

2.1.1.	Keputusan Pembelian	13
2.1.2.	Kualitas Produk	18
2.1.3.	Persepsi Harga	22
2.1.4.	Citra Merek	26
2.2.	Penelitian Terdahulu	29
2.3.	Hubungan Antar Variabel	35
2.4.	Model Empiris	36
2.5.	Hipotesis	37
BAB III.		39
METODE PENELITIAN		39
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian	39
3.1.1.	Objek Penelitian	39
3.1.2.	Subjek Penelitian	39
3.2.	Variabel Penelitian	39
3.3.	Definisi Operasional Variabel	40
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	43
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data	45
3.5.1.	Jenis Data	45
3.5.2.	Teknik Pengumpulan Data	46
3.6.	Populasi dan Sampel	47
3.6.1.	Populasi	47
3.6.2.	Sampel	47
3.7.	Teknik Analisis	49
3.7.1.	Analisis Deskriptif	49
3.7.2.	Analisis Statistik	50

3.8. Alat Analisis Data.....	50
3.8.1. Uji Instrumen Validitas dan Uji Reliabilitas	50
3.8.2. Uji Asumsi Klasik.....	52
3.8.3. Uji Analisis Linier Berganda	54
3.8.4. Uji Hipotesis	54
3.8.5. Koefisien Determinasi (R^2).....	57
BAB IV	59
ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	59
4.1. Analisis Deskriptif.....	59
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	59
4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan.....	61
4.1.3. Data Profil Responden.....	61
4.2. Analisis Statistik	66
4.2.1. Uji Validitas	66
4.2.2. Uji Reliabilitas.....	69
4.2.3. Uji Asumsi Klasik	70
4.2.4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	74
4.2.5. Uji Hipotesis.....	76
4.3. Pembahasan	81
BAB V.....	84
SIMPULAN.....	84
5.1. Simpulan	84
5.2. Keterbatasan.....	85
5.3. Implikasi	85
5.3.1 Implikasi Praktis.....	85

5.3.2 Implikasi Teoritis	87
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN	93



DAFTAR TABEL

Tabel I-1 Data Penjualan	2
Tabel I-2 Data Observasi	3
Tabel I-3 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	4
Tabel II-1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel III-1 Indikator dan Distribusi Variabel Keputusan Pembelian	41
Tabel III-2 Indikator dan Distribusi Variabel Kualitas Produk	42
Tabel III-3 Indikator dan Distribusi Variabel Persepsi Harga	43
Tabel III-4 Indikator dan Distribusi Variabel Citra Merek	44
Tabel IV-1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Alamat (Kecamatan)	62
Tabel IV-2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	63
Tabel IV-3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	64
Tabel IV-4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan	65
Tabel IV-5 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	67
Tabel IV-6 Hasil Uji Validitas Persepsi Harga	68
Tabel IV-7 Hasil Uji Validitas Citra Merek	68
Tabel IV-8 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	69
Tabel IV-9 Hasil Uji Reliabilitas	70
Tabel IV-10 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	72
Tabel IV-11 Hasil Uji Multikolinieritas	73
Tabel IV-12 Hasil Uji Regresi	75
Tabel IV-13 Hasil Uji Parsial (Uji t)	77
Tabel IV-14 Hasil Pengaruh Variabel	79
Tabel IV-15 Hasil Uji Simultan (Uji F)	79
Tabel IV-16 Hasil Uji Koefisien Determinasi	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar II-1 Model Empiris	37
Gambar IV-1 Hasil Uji Normalitas	71
Gambar IV-2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	74



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner	94
Lampiran II Data Responden.....	98
Lampiran III Tabulasi Data Responden	103
Lampiran IV Hasil Uji Validitas	109
Lampiran V Hasil Uji Reliabilitas	113
Lampiran VI Hasil Uji Asumsi Klasik	114
Lampiran VII Hasil Uji Analisis Linier Berganda	116
Lampiran VIII Hasil Uji Hipotesis	117
Lampiran IX Tabel r.....	118
Lampiran X Tabel t	119
Lampiran XI Tabel f.....	120
Lampiran XII Kartu Bimbingan	121
Lampiran XIII Kartu Seminar	122

