

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA
DAN PROMOSI TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi Pada Konsumen Sepeda Polygon di Kota Semarang)

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
guna menyelesaikan studi akhir dan untuk memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis**

Universitas Stikubank

Semarang



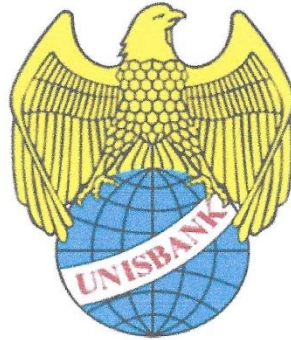
Disusun Oleh :

Nama : A. Suharto
NIM : 16.05.51.0067
Program Studi : S1 Manajemen

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS STIKUBANK (UNISBANK) SEMARANG**

2021

HALAMAN PERSETUJUAN



Skripsi ini telah memenuhi syarat dan kepada penyusun disetujui untuk mengikuti ujian pendarasan skripsi dengan Judul :

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA
DAN PROMOSI TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Konsumen Sepeda Polygon di Kota Semarang)**

Oleh :

A. Suharto

16.05.51.0067

Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Ekonomika dan Bisnis

Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang

Semarang, 3 Maret 2021

Dosen Pembimbing



(Ali Maskur, S.E., M.Kom)

NIDN : 0618076401

HALAMAN PENGESAHAN



Skripsi dengan judul :

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA
DAN PROMOSI TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Konsumen Sepeda Polygon di Kota Semarang)**

Disusun oleh :

**Nama : A. Suharto
NIM : 16.05.51.0067
Program Studi : S1 Manajemen**

Hasil penelitian dalam skripsi ini telah dipertahankan didepan Dewan Penguji Pendarasan Skripsi dan skripsi telah disahkan dan diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM) pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang pada tanggal :

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Penguji I


(Ali Maskur, S.E., M.Kom)
NIDN : 0618076401

Penguji II


(Dr. Endang Tjahjaningsih, S.E., M.Kom)
NIDN : 0622056601

Penguji III


(Kristina Anindita Hayuningtias, S.E., M.M)
NIDN : 0616018901

**Mengetahui,
Dean Fakultas Ekonomika dan Bisnis**


(Dr. Eris Solina, S.E., M.Si.)
NIDN : 0627037101


PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya :

Nama : A. Suharto

NIM : 16.05.51.0067

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul : **PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN** (Studi Pada Konsumen Sepeda Polygon di Kota Semarang) tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan, pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya aku seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri itu. Bila kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dan hasil ujian skripsi ini.

Semarang, 3 Maret 2021

MOTTO

“Manusia dinilai dari apa yang ia perbuat dan manfaat apa yang ia beri untuk sesama”

"Pendidikan merupakan senjata paling ampuh yang bisa kamu gunakan untuk merubah dunia"

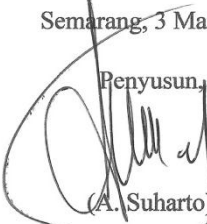
(Nelson Mandela)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Selesainya skripsi ini dengan baik, tidaklah hanya karena penulis saja tetapi banyak pihak yang membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terutama penulis ucapkan syukur kepada Tuhan atas segala berkah dan kelancaraannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Selain itu penulis juga ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Kedua orang tua saya, Ayah dan Ibu yang selalu menjadi penguat semangat, memberikan perjuangan, dorongan, kasih sayang dan doa yang senantiasa selalu dipanjatkan demi keberhasilan dan kesuksesan saya.
2. Ali Maskur, SE., M.Kom, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan memberikan saran dalam menyelesaikan skripsi.
3. Sahabat-sahabatku yang memberikan semangat dan dukungan luar biasa selama di perkuliahan ini. Semoga kita bisa sukses bersama dan lulus bareng.
4. Pihak-pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu per-satu, atas segala dukungan dan bantuan dalam penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi segala pihak yang berkepentingan.
5. Seluruh Dosen dan Staf Pengajar di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang yang memberikan ilmu kepada saya.
6. Almameter Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang yang saya banggakan, tempat mencari ilmu selama di perkuliahan ini.

Semarang, 3 Maret 2021

Penyusun,

(A. Suharto)

ABSTRAK
PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA
DAN PROMOSI TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN

Oleh :

A. Suharto

16.05.51.0067

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi terhadap Proses Keputusan Pembelian Studi pada Konsumen Sepeda Polygon di Kota Semarang . Untuk pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Purposive Sampling yang berjumlah 100 responden. Pengambilan sampel dengan kriteria Penduduk Kota Semarang Jawa Tengah yang membeli dan sekaligus menggunakan *Polygon Bikes* dan juga Berusia minimal 17 tahun. Pengujian dalam data ini menggunakan uji instrumen, analisis linier berganda, dan uji model. Berdasarkan uji hipotesis diperoleh bahwa Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Proses Keputusan Pembelian, Kualitas Produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Proses Keputusan Pembelian, Persepsi Harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Proses Keputusan Pembelian dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Proses Keputusan Pembelian

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

ABSTRACT
**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY, PRICE
PERCEPTION AND PROMOTION ON PURCHASE DECISIONS
PROCESS**

By :

A. Suharto

16.05.51.0067

This study aims to analyze the effect of brand image, product quality, price perception and promotion on the study purchasing decisions process of Polygon bicycle consumers in the city of Semarang. Sampling in this study used purposive sampling, amounting to 100 respondents. Sampling with criteria Semarang City residents Central Java who buy and simultaneously use Polygon Bikes and also aged at least 17 years. Testing in this data uses test instruments, multiple linear analysis, and model testing. Based on the hypothesis test, it is found that Brand Image has a positive and significant effect on Purchasing Decisions process, Product Quality has a positive and insignificant effect on Purchasing Decisions process, Perception of Prices has a positive and insignificant effect on Purchasing Decisions Process and Promotions have positive and significant effects on Purchasing Decisions Process.

Keywords: brand image, product quality, perceived price, promotion of purchase decisions Process.

KATA PENGANTAR

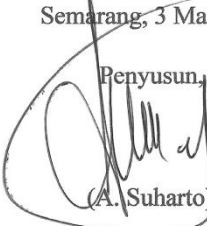
Puji syukur kepada Tuhan yang maha esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: **“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Sepeda Polygon di Kota Semarang)”**. Skripsi ini di susun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Sarjana Manajemen Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.

Dalam proses penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, penulis tidak lepas kendala. Kendala tersebut dapat di atasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. H. Safik Faozi S.H., M.Hum., selaku Rektor Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang.
2. Dr. Euis Soliha, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang.
3. Sri Sudarsi, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang.
4. Ali Maskur, SE.,M.Kom., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan memberikan sarana dalam menyelesaikan skripsi
5. Kedua orang tua, yang selalu memberikan do'a dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh dosen, karyawan, dan staf Universitas Stikubank Semarang yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bantuan yang bermanfaat. Semoga dengan terselesainya penyusunan skripsi ini membawa banyak manfaat bagi penulis dan bagi para pembaca pada umumnya.
7. Untuk sahabat sekaligus teman seperjuangan yang tak henti memberikan dukungan dan semangat dalam penyusunan skripsi ini.

8. Teman – teman mahasiswa manajemen kelas malam angkatan 2016 yang telah memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini
9. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Semarang, 3 Maret 2021

Penyusun,

(A. Suharto)

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	10
2.1 Kajian Teori	10
2.1.1 Citra Merek	10
2.1.2 Kualitas Produk	12
2.1.3 Persepsi Harga	14
2.1.4 Promosi	18
2.1.5 Proses Keputusan Pembelian	21
2.2 Penelitian Terdahulu	29
2.3 Hubungan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis	31
2.3.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	31
2.3.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	32
2.3.3 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	33
2.3.4 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	35
2.4 Model Penelitian	36

2.4.1 Model Grafis	36
2.4.2 Model Matematis	37
BAB III.....	38
METODE PENELITIAN	38
3.1 Obyek Penelitian	38
3.2 Populasi dan Sampel	38
3.3 Jenis dan Prosedur Pengambilan Data.....	40
3.3.1 Data Primer	40
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	40
3.4 Definisi Konsep dan Operasional Variabel	41
3.5 Pengukuran Variabel	42
3.6 Pengujian Instrumen	43
3.6.1 Uji Validitas	43
3.6.2 Uji Reliabilitas	44
3.7 Metode Analisis Data.....	44
3.7.1 Analisis Regresi Linier Berganda	44
3.8 Uji Model	45
3.8.1 Koefisien Determinasi.....	45
3.8.2 Uji F	46
3.9 Pengujian Hipotesis (Uji t).....	47
BAB IV	48
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	48
4.2 Deskripsi Responden	49
4.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
4.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	49
4.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	50
4.3 Deskripsi Variabel	51
4.4 Pengujian Instrumen	57
4.4.1 Uji Validitas	57
4.4.2 Uji Reliabilitas	59
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda	59
4.6 Uji Model	61

4.6.1 Uji F	61
4.6.2 Koefisien Determinasi	61
4.7 Hipotesis (Uji t)	61
4.8 Pembahasan	63
4.8.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	63
4.8.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	64
4.7.3 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian	65
4.8.4 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	67
BAB V	69
PENUTUP	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Keterbatasan Penelitian	70
5.3 Implikasi Penelitian	70
5.3.1 Implikasi Teoritis	70
5.3.2 Implikasi Manajerial	71
5.4 Rekomendasi Untuk Penelitian Selanjutnya	73
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN-LAMPIRAN	77

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penguasaan Pasar Sepeda Berdasarkan Merek Lokal	22
Tabel 2.1 Review Penelitian Terdahulu	43
Tabel 3.1 Definisi Konsep dan Operasional Variabel.....	55
Tabel 3.2 Pengukuran Variabel.....	57
Tabel 4.1 Penyebaran Kuesioner.....	62
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Umur	63
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	64
Tabel 4.5 Deskripsi Statistika Variabel Citra Merek	65
Tabel 4.6 Deskripsi Statistika Variabel Kualitas Produk	66
Tabel 4.7 Deskripsi Statistika Variabel Persepsi Harga.....	67
Tabel 4.8 Deskripsi Statistika Variabel Promosi	68
Tabel 4.9 Deskripsi Statistika Variabel Keputusan Pembelian	69
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas.....	70
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	72
Tabel 4.12 Analisis Regresi Linier Berganda	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen	37
Gambar 2.2 Model Tingkat Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	38
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran – Lampiran	91
---------------------------	----