

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK PFFFTTCO (Studi Pada Konsumen PFFFTTCO *Clothing Line*)**

S K R I P S I

**Diajukan untuk memenuhi sebagai syarat guna menyelesaikan studi akhir
dan untuk memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas
Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang**



Disusun Oleh:

Nama : Rindang Indriyanto Pangestu
Nim : 17.05.51.0168
Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS STIKUBANK
SEMARANG
2021

PERNYATAAN KESIAPAN UJIAN AKHIR

Saya RINDANG INDRIYANTO PANGESTU, dengan ini menyatakan bahwa laporan Tugas Akhir yang berjudul :

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PFFFFTCO (STUDI PADA KONSUMEN PFFFFTCO CLOTHING LINE)

adalah benar hasil karya saya dan belum pernah diajukan sebagai karya ilmiah sebagian atau seluruhnya atau pihak lain.



RINDANG INDRIYANTO PANGESTU
17.05.51.0168

Disetujui Oleh Pembimbing
Kami setuju laporan tersebut diajukan untuk Ujian Tugas Akhir
Semarang, 19 Juli 2021

Dr. ENDANG TJAHJANINGSIH, SE , M.Kom
Pembimbing



Dokumen ini diterbitkan secara elektronik.
Disertai QRCode untuk validasi.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR/ SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa TUGAS AKHIR / SKRIPSI dengan Judul :

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PFFFFTCO (STUDI PADA KONSUMEN PFFFFTCO CLOTHING LINE)

yang telah diuji di depan tim penguji pada tanggal 02-08-2021, adalah benar hasil karya saya dan dalam TUGAS AKHIR / SKRIPSI ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol 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 sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik TUGAS AKHIR / SKRIPSI yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri.

Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah saya yang telah diberikan oleh Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang batal saya terima.



SAKSI 1
Tim Penguji



SAKSI 2
Tim Penguji



(Dr. ENDANG TAJAHANINGSIH, S.E, M.Kom)

SAKSI 3
Tim Penguji



(Prof. Dr. M.S. ERIC SANTOSO, MBA)

(Dr. EUIS SOLIHA, S.E., M.Si)



BERITA ACARA REVISI UJIAN TUGAS AKHIR / SKRIPSI

NIM : 17.05.51.0168
Nama : RINDANG INDRIYANTO PANGESTU
Prodi : Manajemen
Tanggal : 2021-08-02
Judul : PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PFFFTTCO (STUDI PADA KONSUMEN PFFFTTCO CLOTHING LINE)

No	Materi yang direvisi	Paraf Dosen Saat Ujian	Paraf Dosen Setelah Revisi		
			Penguji 1	Penguji 2	Penguji 3
1	- Alasan memilih objek penelitian - Rumusan Masalah: bagaimana - Definisi di Bb1 dihapus - Keterbatasan masalah dihapus - Kata asing italic	Penguji2			
2	Perhatikan penulisan Rektor Perhatikan penulisan rumusan masalah Perhatikan uji reliabilitas Perhatikan penulisan daftar pustaka, tulis semua jurnal yang dirujuk dan tambahkan jurnal yang ditulis dosen UNISBANK	Penguji3			

NB : Batas waktu revisi 1 minggu setelah ujian

Semarang, 13-08-2021

Penguji 1

Penguji 2



Dr. ENDANG TJAHHANINGSIH, S.E, M.Kom

Prof. Dr. M.S. ERIC SANTOSO, MBA

Penguji 3



Dr. EUIS SOLIHA, S.E., M.Si



HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur alhamulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya serta kesehatan bagi penulis untuk menyelesaikan karya ilmiah ini yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk PFFFTTCO (Studi Pada Konsumen PFFFTTCO *Clothing Line*)” yang saya persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua yang tercinta dan terhormat Bapak Supriyanto dan Ibu Diana Nila Indriasari serta adik saya Julian Rifki Indriyanto Pangestu yang senantiasa memberi doa dan kasih sayang serta memberi dukungan semangat serta material kepada penulis.
2. Dosen pembimbing Dr. Endang Tjahjaningsih, S.E, M.Kom yang telah memberikan bimbingan kepada saya untuk menyelesaikan karya ilmiah ini.
3. Sahabat saya Arvi, Ade, Fara, Mutia, Nadya dan Bintang. Teman – teman kontrakan Candra, Bayu, Alfin, Riki serta para teman seperjuangan yang sering membantu serta memberi dukungan dalam menyelesaikan karya ilmiah ini.

Semarang, 19 Juli 2021

Yang Menyatakan,



(Rindang Indriyanto Pangestu)

HALAMAN MOTTO

“Manusia yang berakal adalah manusia yang suka menerima dan meminta nasehat”.

(Umar bin Khattab)

“Hanya ada 2 pilihan, menjadi apatis atau mengikuti arus. Tetapi aku memilih untuk jadi manusia merdeka”

(Soe Hok Gie)

“Hiduplah seolah engkau mati besok. Belajarlah seolah engkau hidup selamanya”.

(Mahatma Gandhi)

"Tetaplah berjuang karena aamiin yang indah menunggu datangnya seorang pejuang yang pantang menyerah".

(Rindang Indriyanto Pangestu)

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk PFFFTTCO (Studi Pada Konsumen PFFFTTCO *Clothing Line*)”, dalam rangka menyelesaikan program sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang. Dalam penyusunan skripsi ini penulis mendapat dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dr. Safik Faozi, S.H., M.Hum selaku Rektor Universitas Stikubank Semarang.
2. Dr. Euis Soliha, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.
3. Sri Sudarsi, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Dr. Endang Tjahjaningsih, S.E, M.Kom selaku Dosen Pembimbing dalam penyusunan skripsi yang telah memberikan pengarahan serta bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Seluruh Staf Pengajar Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.
6. Kedua orang tua yang tercinta dan terhormat Bapak Supriyanto dan Ibu Diana Nila Indriasari serta adik saya Julian Rifki Indriyanto Pangestu yang senantiasa memberi doa dan kasih sayang serta memberi dukungan semangat serta material kepada penulis.

7. Sahabat saya Arvi, Ade, Fara, Mutia, Nadya dan Bintang. Teman – teman kontrakan Candra, Bayu, Alfin, Riki serta para teman seperjuangan yang sering membantu serta memberi dukungan dalam menyelesaikan karya ilmiah ini.
8. Teman-teman Manajemen angkatan 2017 terimakasih atas pengalaman yang hebat selama kuliah di Universitas Stikubank Semarang.

Penulis menyadari bahwa karya ilmiah ini masih memiliki banyak kekurangan dan kesalahan, oleh sebab itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Segala kekurangan dan kesalahan pada karya ilmiah ini sepenuhnya menjadi tanggungjawab penulis, semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi semua orang yang membacanya.

Semarang, 19 Juli 2021

Yang Menyatakan,



(Rindang Indriyanto Pangestu)

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERSEMPAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	6
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA, PENELITIAN EMPIRIS DAN HIPOTESIS	7
2.1 Tinjauan Pustaka	7
2.1.1 Proses Keputusan Pembelian	7
2.1.2 Citra Merek	9
2.1.3 Kualitas Produk.....	10
2.1.4 Promosi	12
2.1.5 Persepsi Harga.....	13
2.2 Penelitian Terdahulu.....	13
2.3 Hubungan Antar Variabel	18
2.3.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Proses Keputusan Pembelian.....	18
2.3.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Proses Keputusan Pembelian	18

2.3.3 Pengaruh Promosi terhadap Proses Keputusan Pembelian.....	19
2.3.4 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Proses Keputusan Pembelian	20
2.4 Model Penelitian.....	21
2.4.1 Model Grafis	21
2.4.2 Model Sistematis.....	21
BAB III	22
METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Populasi dan Sampel	22
3.2 Jenis dan Teknik Pengambilan Data	23
3.2.1 Jenis Data.....	23
3.2.2 Metode Pengumpulan Data.....	24
3.3 Definisi Konsep, Operasional Variabel, dan Pengukuran Variabel	26
3.4 Rencana Analisis	27
3.4.1 Analisis Deskriptif	28
3.4.2 Uji Instrumen	31
3.4.3 Analisis Regresi Berganda.....	32
BAB IV	35
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Deskripsi Responden	35
4.2 Deskripsi Variabel	38
4.3 Pengujian Instrumen Penelitian	41
4.3.1 Uji Validitas	42
4.3.2 Uji Reliabilitas	43
4.4 Analisis Regresi Berganda, Uji F, dan Koefisien Determinasi	44
4.4.1 Analisis Regresi Berganda.....	44
4.4.2 Uji F	47
4.4.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	48
4.4.4 Uji Hipotesis (Uji T)	48
2.4 Pembahasan	50
4.5.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian.....	50
4.5.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian	51
4.5.3 Pengaruh Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian.....	52

4.5.4 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian .	53
BAB V	55
SIMPULAN, KETERBATASAN DAN IMPLIKASI.....	55
5.1 Simpulan.....	55
5.2 Keterbatasan Penelitian	55
5.3 Implikasi Penelitian	56
5.4 Agenda Penelitian.....	58
Daftar Pustaka	60
LAMPIRAN	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.....	5
Tabel 2.1.....	15
Tabel 3.1.....	28
Tabel 4.1 Rekap Hasil Kuesioner.....	36
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia	36
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pendidikan	37
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 4.5 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	38
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Citra Merek	39
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Kualitas Produk.....	39
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Promosi	40
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Persepsi Harga	41
Tabel 4.10 Deskripsi Variabel Proses Keputusan Pembelian	41
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Indikator	43
Tabel 4.12 Uji reliabilitas.....	44
Tabel 4.13 Hasil Regresi Berganda.....	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Penelitian 22

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER	63
LAMPIRAN 2 IDENTITAS RESPONDEN	67
LAMPIRAN 3 STATISTIK DESKRIPTIF	75
LAMPIRAN 4 DESKRIPSI STATISTIK VARIABEL	77
LAMPIRAN 5 HASIL OLAH DATA UJI INSTRUMEN.....	83
LAMPIRAN 6 HASIL OLAH DATA REGRESI LINEAR BERGANDA	94