

**PENGARUH, KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi pada Pelanggan Toko Hijab Nadya Collection di Semarang)**

SKRIPSI

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

Semarang



Oleh :

Nama : NadyaRismaPratiwi
NIM : 16.05.51.0202
Program Studi : S1-Manajemen

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS STIKUBANK SEMARANG**

2020

HALAMAN PERSETUJUAN



Manuskrip Skripsi ini telah memenuhi syarat dan kepada penyusun disetujui untuk mengikuti ujian pendadaran Skripsi dengan judul :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studipada Pelanggan Toko Hijab Nadya Collection di Semarang)**

Oleh :
Nadya Risma Pratiwi
NIM : 16.05.51.0202
Program Studi : S1-Manajemen
Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang

Semarang, 20 Januari 2020

Dosen Pembimbing

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

HALAMAN PENGESAHAN



PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Pelanggan Toko Hijab Nadya Collection di Semarang)

Oleh:

Nama : Nadya Risma Pratiwi
NIM : 16.05.51.0202
Program Studi S1-Manajemen

Hasil Penelitian dalam Skripsi ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Pendadaran 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: 18 Februari 2020

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Penguji I

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

Penguji II

(Dr. Dra. R.A. Marlien, M.M)
NIDN : 0622035701

Penguji III

(Mulyo Budi Setiawan, S.E., M.M)
NIDN : 0622036902

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis

(Dr. Fuus Soeha, S.E., M.Si)
NIDN : 0027037101

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI



Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Nadya Risma Pratiwi

NIM : 16.05.51.0202

Program Studi : S1. Manajemen

Menyatakan bahwa SKRIPSI yang saya susun dengan judul : **Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pelanggan Toko Hijab Nadya Collection di 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 akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan tangan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik Skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri itu. Bila kemudian 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, 20 Januari 2020

Yang Menyatakan,

Nadya Risma Pratiwi

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Bapak kandung saya Alm. Bapak Windarto yang sudah tenang disisi Allah SWT,
2. Ibu saya Eko Sri Lestari dan Bapak saya Imam selaku orang tua saya yang telah memberikan dukungan, semangat dan doa yang tiada hentinya untuk kesuksesan saya karena tanpa doa mereka saya tidak bisa sampai disini menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terimakasih takkan pernah cukup untuk membalas kebaikan orang tua.
3. Kakak saya Aldy Febri Pratama dan Patner saya Abdullah Abid sudah memberikan dukungan dan semangat selama ini. Tidak lupa keluarga besar saya yang sudah member saya semangat dan dukungan agar saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan tepatwaktu.
4. Ibu Dr.Endang Tjahjaningsih,SE.,M.kom selaku dosen pembimbing yang telah sabar membimbing dan mendukung saya selama menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh keluarga HMPS Manajemen angkatan 2015 dan 2016 dan teman-teman saya manajemen angkatan 2016 sudah member semangat motivasi dan masukannya.
6. Serta almamaterku Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.

MOTTO :

KETIKA KAMU MERASA LELAH INGATLAH ORANG TUAMU, KETIKA KAMU MERASA HILANG HARAPAN INGATLAH MASADEPANMU, KETIKA KAMU MERASA GAGAL DAN BANYAK MASALAH INGATLAH KEPADA ALLAH S.W.T, ALLAH TIDAK AKAN MENGUJI HAMBANYA DILUAR KEBATASAN UMATNYA, INGAT SATU BAHWA SETIAP MASALAH PASTI ADA HIKMAHNYA DAN SETIAP MASALAH PASTI ADA JALAN KELUARNYA. KITA HANYA MAMPU BERSYUKUR DAN BERDOA. PASTI AKAN INDAH PADA WAKTUNYA JIKA KITA MAMPU MENGIKHLASKAN SEMUA MASALAH YANG KITA HADAPI. ALLAH PASTI MENGGANTIKAN YANG LEBIH BAIK DARI YANG KITA INGINKAN.

ABSTRAK
PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi pada Pelanggan Toko Hijab Nadya Collection di Semarang)

Nadya Risma Pratiwi
16.05.51.0202

Penelitian ini memiliki tujuan yaitu menunjukkan tentang pengaruh kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian pada pelanggan toko hijab nadya collection di semarang. toko hijab nadya setiap bulan mengalami naik turun pada penjualan, Merek yang paling meningkat pesat ialah produk merek pasmina sabiyah dan paling menurun ialah produk merek segiempat saudia. Semua ini bisa dilihat dengan cara metode pengambilan sample, sampel penyebaran kuesioner 100 responden. Setelah itu melakukan penyebaran kuesioner secara langsung dengan pelanggan toko hijab nadya collection di semarang. penyebaran kuesioner ada beberapa kriteria, yaitu : pelanggan Toko Hijab Nadya Collection di Semarang dan Pelanggan yang sudah berusia mencapai 17 tahun karena sudah nilai sudah bisa mengambil keputusan sendiri. Setelah data kuesioner tersebut dianalisis dengan menggunakan SPSS versi 23. Rumus untuk mengolah data antara lain melalui : Yuji validitas, Yuji reliabilitas, koefisiensi determinasi (R^2), Yuji F, Analisis regresi linier berganda, Uji t. Hasil penelitian ini variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel citra merek berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

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

ABSTRACT
EFFECT OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE AND PRICE PERCEPTION
OF PURCHASE DECISIONS
(Study of Nadya Collection Hijab Store Customers in Semarang)

Nadya Risma Pratiwi
16.05.51.0202

This study has the aim of showing the effect of product quality, brand image and price perception on purchasing decisions on customers of Hijab nadya collection stores in Semarang. hijab nadya store every month has ups and downs in sales, the most rapidly increasing brand is pasmina sabiyah brand products and the most declining is quadrilateral brand product brands. All this can be seen by the method of sampling, sample distribution of questionnaires to 100 respondents. After that, distributing questionnaires directly with customers of the Hijab Nadya collection store in Semarang. the distribution of questionnaires there are several criteria, namely: customers of the Hijab Nadya Collection Store in Semarang and customers who have reached the age of 17 because the value is already able to make their own decisions. After the questionnaire data were analyzed using SPSS version 23. Formulas for processing data include through: Yuji validity, Yuji reliability, coefficient of determination (R²), Yuji F, AA Multiple linear regression analysis, Uji t. The results of this study product quality variables have a positive and significant effect on purchasing decisions, brand image variables have a positive but not significant effect on purchasing decisions, the price perception variable has a positive and significant effect on purchasing decisions

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

KATA PENGANTAR

Pujisyukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya pada kita semua sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pelanggan Toko Hijab Nadya Collection di Semarang)” Dalam penyusunan skripsi ini banyak hambatan serta rintangan yang penulis hadapi namun pada akhirnya dapat menyelesaikan dengan baik berkata adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara moral maupun spiritual. Untuk itu pada kesempatan ini penulisan menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Bapak Safik Faozi, SH, M Hum selaku Rektor Universitas Stikubank Semarang.
2. Ibu Dr.Euis Soliha, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.
3. Ibu Sri Sudarsi, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang.
4. Dr. Agus Budi Santoso, M.Si selaku Dosen Wali untuk nasihat dan dukungan yang diberikan.
5. Dr. Endang Tjahjaningsih, SE., M.Kom selaku dosen pembimbing yang telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing ,serta memberikan saran dalam menyelesaikan karya tulis skripsi ini.
6. Seluruh jajaran dosen dan Staf Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.
7. Seluruh responden yang telah bersedia membantu dan meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner

Semarang, 20 Januari 2020



Nadya Risma Pratiwi

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAKSI	vii
ABSTRACTION	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTARTABEL	xiii
DAFTARDIAGRAM	xiv
DAFTARGAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.5.1 ManfaatTeoritis.....	8
1.5.2 ManfaatPraktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KAJIAN EMPIRIS DAN HIPOTESIS	11
2.1 Tinjauan Pustaka	11
2.1.1 Model Perilaku Pembeli.....	11
2.1.2 Keputusan Pembelian	13
2.1.3 Kualitas Produk.....	20
2.1.4 Citra Merek.....	22
2.1.5 Persepsi Harga	24
2.2 Penelitian Terdahulu.....	25

2.3 Hubungan Antara Variabel dan Pengembangan Hipotesis.....	28
2.3.1 Pengaruh Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	28
2.3.2 Pengaruh Hubungan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	29
2.3.3 Pengaruh Hubungan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	30
2.4 Model Penelitian.....	31
2.4.1 Model Penelitian Empiris	31
2.4.2 Model Matematis.....	32
BAB III METODE DAN DESAIN PENELITIAN.....	33
3.1 Obyek Penelitian	33
3.2 Populasi dan Sampel.....	33
3.2.1 Populasi.....	33
3.2.1 Sampel	33
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	35
3.3.1 Data Primer	35
3.3.2 Data Sekunder	36
3.4 Prosedur atau Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.5 Definisi Konsep, Definisi Operasional & Pengukuran Variabel	37
3.6 Rencana Analisis.....	38
3.7 Pengujian Instrumen	39
3.7.1 Uji Validitas.....	39
3.7.2 Uji Reliabilitas	39
3.8 Metode Analisis Data.....	40
3.8.1 Metode Regresi Linier Berganda.....	40
3.8.2 Uji Kelayakan Model	41
3.8.2.1 Koefisien Determinasi (R^2)	41
3.8.2.2 Uji F	41
3.9 Pengujian Hipotesis.....	42
3.9.1 Uji t (Uji Parsial).....	42

BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Gambaran Umum Responden	43
4.1.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia Responden	44
4.1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden.....	45
4.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan Responden	46
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	47
4.2.1 Variabel Kualitas Produk (X1)	47
4.2.2 Variabel Citra Merek (X2).....	48
4.2.3 Variabel Persepsi Harga(X3)	49
4.2.4 Variabel Keputusan Pembelian (Y)	50
4.3 Uji Instrumen Penelitian.....	52
4.3.1 Uji Validitas	52
4.3.2 Uji Reliabilitas	54
4.4 Model Analisis Data.....	55
4.4.1 Pengujian Model Penelitian	55
4.4.1.1 Koefisien Determinasi (R^2)	55
4.4.1.2 Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	55
4.4.2 Analisis Regresi Berganda.....	56
4.4.3 Uji Hipotesis	57
4.4.3.1 Uji Parsial (Uji t).....	57
4.4 Pembahasan.....	58
BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN IMPLIKASI	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Keterbatasan Penelitian	63
5.3 Implikasi	63
5.3.1 Implikasi Teoritis.....	63
5.3.2 Implikasi Praktis.....	63
5.4 Saran dan Agenda Penelitian yang Akan Datang	64
DAFTARPUSTAKA	65
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	25
Tabel 3.1 Tabel Skala Likert	37
Tabel 3.5 Definisi Konsep,Definisi Operasional dan pengukuran variabel	37
Tabel 4.1 Identitas responden berdasarkan usia.....	44
Tabel 4.2 Identitas responden berdasarkan pekerjaan.....	45
Tabel 4.3 Identitas responden berdasarkan pendapatan	46
Tabel 4.4 Deskripsi statistik variabel kualitas produk	47
Tabel 4.5 Deskripsi statistik variabel citra merek	48
Tabel 4.6 Deskripsi statistik variabel persepsi harga	49
Tabel 4.7 Deskripsi statistik variabel keputusan pembelian	51
Tabel 4.8 Hasil uji validitas.....	52
Tabel 4.9 Pengujian reliabilitas variabel penelitian	54
Tabel 4.10 Hasil Uji regresi linear berganda.....	56

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1.1 Data Penjualan Hijab Nadya Colection 2019.....	2
--	---

DAFTAR GAMBAR

2.1 Gambar Model Perilaku Pembeli	11
2.2 Gambar Tahap-Tahap Proses Keputusan Pembelian	16
2.3 Gambar Kerangka Pemikiran Teoritis.....	31

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	68
Lampiran 2. Tabel Identitas dan Tabel Tabulasi Data.....	73
Lampiran 3. Tabel Frekuensi Responden.....	92
Lampiran 4. Tabel Statistik Deskripsi Variabel.....	94
Lampiran 5. Hasil Validitas.....	103
Lampiran 6. Hasil Uji Reliabilitas.....	111
Lampiran 7. Hasil Uji Model Regresi.....	115
Lampiran 8. Catatan Konsultasi & Bimbingan.....	117