

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN  
PERSEPSI HARGA TERHADAP SIKAP DAN DAMPAKNYA  
TERHADAP NIAT BELI ULANG  
(Studi pada Sepatu Olah Raga Merek ‘Specs’ di Kabupaten Kendal)**

**SKRIPSI**

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



Oleh :

Nama : Chandra Ari Setyawan  
NIM : 16.05.51.0056  
Program Studi : S.1 Manajemen

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS STIKUBANK  
SEMARANG  
2021**

## HALAMAN PERSETUJUAN



Skripsi ini telah memenuhi syarat dan kepada penyusun disetujui untuk mengikuti ujian pendaran skripsi dengan judul:

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN  
PERSEPSI HARGA TERHADAP SIKAP DAN DAMPAKNYA  
TERHADAP NIAT BELI ULANG  
(Studi pada Sepatu Olah Raga Merek 'Specs' di Kabupaten Kendal)**

Oleh :

Nama : Chandra Ari Setyawan  
NIM : 16.05.51.0056  
Program Studi : S.1 Manajemen

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank  
Semarang

Semarang, 2 November 2020  
Dosen Pembimbing

**Prof. Dr. M.S. ERIC SANTOSA, MBA**  
NIDN : 0008105201

## HALAMAN PENGESAHAN



### **PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP SIKAP DAN DAMPAKNYA TERHADAP NIAT BELI ULANG (Studi pada Sepatu Olah Raga Merek 'Specs' di Kabupaten Kendal)**

Oleh:

Nama : Chandra Ari Setyawan  
NIM : 16.05.51.0056  
Program Studi : S.1 Manajemen

Hasil penelitian dalam skripsi ini telah dipertahankan di depan 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: 3 Februari 2021

#### **SUSUNAN DEWAN PENGUJI**

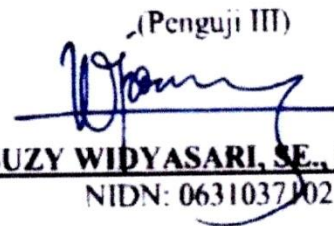
Dosen Pembimbing

(Penguji I)

  
**Prof. Dr. M.S. ERIC SANTOSA, MBA**  
NIDN : 0008105201

  
(Penguji II)

**Dr. EUIS SOLIHA, S.E., M.Si**  
NIDN: 0027037101

  
(Penguji III)

**SUZY WIDYASARI, SE., M.Si**  
NIDN: 0631037102

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis

  
**Dr. EUIS SOLIHA, S.E., M.Si**  
NIDN: 0027037101

## **PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Chandra Ari Setyawan

NIM : 16.05.51.0056

Program Studi : S.1 Manajemen

Menyatakan bahwa SKRIPSI yang saya susun dengan judul : **PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP SIKAP DAN DAMPAKNYA TERHADAP NIAT BELI ULANG (Studi pada Sepatu Olah Raga Merek ‘Specs’ di Kabupaten Kendal)** 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 yang 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 orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak sengaja, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. 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, 2 November 2020

Yang Menyatakan,



(Chandra Ari Setyawan)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya serta ilmu, kesabaran, kekuatan dan seluruh nikmatnya yang tidak terhingga kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan karya tulis ini dengan baik dan tanpa halangan apapun.
2. Kedua orang tua saya atas doa dan motivasi mereka sehingga saya dapat menyelesaikan perkuliahan hingga mendapatkan gelar Sarjana Manajemen, Jazakumullahu Khairan.
3. Semua keluarga saya yang mendukung dan memberi sumbangsih, baik berupa material maupun non material serta doanya sehingga saya dapat menyelesaikan tugas karya ilmiah ini dengan baik.
4. Semua teman-teman di bangku perkulihan dan sahabat saya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan motivasi dan doanya kepada saya.

Semarang, 2 November 2020

Penyusun



(Chandra Ari Setyawan)

## **MOTTO**

*“Everybody is a genius. But if you judge a fish by its ability to climb a tree, it will live its whole life believing that it is stupid”*

(Albert Einstein)

“Jangan terlalu bergantung pada siapapun di dunia ini. Karena bayanganmu saja akan meninggalkanmu di saat gelap”

(Ibnu Taymiyyah)

“Hiduplah sebagaimana semaumu, tetapi ingat, bahwa engkau akan mati.  
Cintailah siapa yang engkau sukai, namun ingat, engkau akan berpisah dengannya. Berbuatlah seperti yang engkau kehendaki, namun ingat, engkau pasti akan menerima balasannya nanti”

(Imam Ghazali)

## **ABSTRAK**

Penelitian ini menguji Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Sikap dan dampaknya terhadap Niat Beli Ulang (Studi pada sepatu olah raga merek 'Specs' di Kabupaten Kendal). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli dan menggunakan sepatu olah raga merek Specs di Kabupaten Kendal. Pengambilan sampel dilakukan dengan Teknik Purposive Sampling dan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis faktor untuk menguji validitas item pernyataan, pengujian reliabilitas menggunakan cronbach's alpha, dan pengujian hipotesis menggunakan regresi linier berganda. Data diolah dengan SPSS versi 22. Hasil analisis menunjukkan bahwa persepsi kualitas produk, citra merek dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap dan sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang.

**Kata Kunci: Persepsi Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga, Sikap, Niat Beli Ulang.**

## **ABSTRACT**

*This study examines the effect of perception product quality, brand image and price perception on attitudes and their impact on repurchase intentions (Study on sports shoes with the brand 'Specs' in Kendal Regency). The population in this study are consumers who buy and use Specs brand sports shoes in Kendal Regency. Sampling was done by using purposive sampling technique and the number of samples was 100 respondents. The collected data were analyzed using factor analysis to test the validity of the statement items, reliability testing using Cronbach's alpha, and hypothesis testing using multiple linear regression. The data were processed with SPSS version 22. The results of the analysis showed that the perception product quality, brand image and price perception has a positive and significant effect on attitudes and attitudes has a positive and significant effect on repurchase intention.*

***Keywords: Perception Product Quality, Brand Image, Price Perception, Attitude, Repurchase Intention.***



## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul : “Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Sikap dan dampaknya terhadap Niat Beli Ulang (Studi pada Sepatu Olah Raga Merek ‘Specs’ di Kabupaten Kendal)”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Sarjana Manajemen Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Kendal dengan sampel yang memadai. Hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa persepsi kualitas produk, citra merek dan persepsi harga mempengaruhi sikap dan sikap mempengaruhi niat beli ulang. Namun penelitian ini juga memiliki keterbatasan dari aspek metodologis. Oleh karena itu pembaca yang berminat pada kajian penelitian ini perlu mempertimbangkan informasi ini sekiranya hasil ini dipergunakan sebagai referensi selanjutnya.

Dalam proses penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, penulis tidak luput dari kendala. Kendala tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Dr. Safik Faozi, SH., M.Hum selaku Rektor Universitas Stikubank Semarang.
2. Dr. Euis Soliha, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.

3. Sri Sudarsi, SE., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Stikubank Semarang sekaligus sebagai Dosen Wali saya.
4. Prof. Dr. M.S. Eric Santosa, MBA selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, pikiran, dukungan, dan saran untuk membimbing penyusunan skripsi ini.
5. Dosen penguji sidang skripsi atas saran dan masukannya dalam perbaikan skripsi ini.
6. Segenap dosen dan staf karyawan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan dukungan.
7. Kedua orang tua saya yang telah memberikan doa, dukungan, dan nasihat untuk kelancaran penyusunan skripsi ini.
8. Saudara-saudara saya yang selalu memberikan doa serta dukungan untuk kelancaran penyusunan skripsi ini.
9. Para responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner.
10. Seluruh teman-teman S.1 manajemen angkatan 2016 yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan kedepannya.

Semarang, 2 November 2020  
Penyusun



(Chandra Ari Setyawan)

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>MOTTO</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	13
1.3 Tujuan Penelitian .....	13
1.4 Manfaat Penelitian .....	14
<b>BAB II KAJIAN TEORI, PENELITIAN TERDAHULU DAN HIPOTESIS</b> .....	15
2.1 Kajian Teori .....	15
2.1.1 Niat Beli Ulang .....	15
2.1.2 Sikap Konsumen .....	18
2.1.3 Persepsi Kualitas Produk .....	22
2.1.4 Citra Merek .....	27
2.1.5 Persepsi Harga .....	30
2.2 Review Penelitian Terdahulu .....	33
2.3 Hubungan antar variabel .....	36
2.3.1 Hubungan persepsi kualitas produk dengan sikap konsumen .....	36
2.3.2 Hubungan citra merek dengan sikap konsumen .....	37
2.3.3 Hubungan persepsi harga dengan sikap konsumen .....	38

2.3.4 Hubungan sikap konsumen dengan niat beli ulang .....	39
2.4 Model Penelitian.....	40
2.4.1 Model Grafis .....	40
2.4.2 Model Matematis .....	40
<b>BAB III METODE DAN DESAIN PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
3.1 Populasi dan Sampel .....	42
3.1.1 Populasi.....	42
3.1.2 Sampel .....	42
3.2 Jenis dan Sumber Data .....	44
3.2.1 Data Primer .....	44
3.2.2 Data Sekunder.....	44
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	44
3.4 Variabel Penelitian .....	45
3.5 Definisi Konsep dan Definisi Operasional .....	46
3.6 Uji Instrumen Penelitian.....	48
3.6.1 Uji Validitas.....	48
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	49
3.7 Uji Model .....	50
3.7.1 Uji Simultan (Uji F).....	50
3.7.2 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	50
3.7.3 Uji Hipotesis .....	51
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>53</b>
4.1 Deskripsi Umum Responden.....	53
4.1.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
4.1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	54
4.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	54
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian .....	55
4.2.1 Deskripsi Variabel Persepsi Kualitas Produk .....	55
4.2.2 Deskripsi Variabel Citra Merek.....	56
4.2.3 Deskripsi Variabel Persepsi Harga .....	57
4.2.4 Deskripsi Variabel Sikap Konsumen.....	58

4.2.5 Deskripsi Variabel Niat Beli Ulang.....	58
4.3 Uji Instrumen.....	59
4.3.1 Uji Validitas.....	59
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	61
4.4 Analisis Data.....	62
4.4.1 Uji Model I.....	62
4.4.2 Uji Model II.....	66
4.5 Pembahasan.....	67
4.5.1 Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Terhadap Sikap Konsumen.....	68
4.5.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Sikap Konsumen.....	68
4.5.3 Pengaruh Perasepsi Harga Terhadap Sikap Konsumen.....	70
4.5.4 Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Niat Beli Ulang.....	70
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>72</b>
5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Implikasi Penelitian.....	73
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	74
5.4 Rekomendasi Penelitian.....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>76</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>79</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Penjualan Produk Sepatu di Enam Kota Besar.....	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	33
Tabel 3. 1 Definisi Konsep dan Definisi Operasional.....	46
Tabel 4. 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	54
Tabel 4. 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	54
Tabel 4. 4 Deskripsi Variabel Persepsi Kualitas Produk .....	55
Tabel 4. 5 Deskripsi Variabel Citra Merek .....	56
Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel Persepsi Harga .....	57
Tabel 4. 7 Deskripsi Variabel Sikap .....	58
Tabel 4. 8 Deskripsi Variabel Niat Beli Ulang .....	59
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas.....	60
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas .....	61
Tabel 4. 11 Hasil Uji Regresi .....	62

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. 1 Hasil Pra Survei Kualitas Produk.....	6
Gambar 1. 2 Hasil Pra Survei Citra Merek .....	8
Gambar 1. 3 Hasil Pra Survei Persepsi Harga.....	9
Gambar 1. 4 Hasil Pra Survei Niat Beli Ulang .....	10
Gambar 2. 1 Model Grafis .....	41

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	80
Lampiran 2 Identitas Responden.....	86
Lampiran 3 Tabulasi Data.....	90
Lampiran 4 Deskripsi Responden .....	100
Lampiran 5 Deskripsi Variabel .....	102
Lampiran 6 Uji Validitas.....	114
Lampiran 7 Uji Reliabilitas .....	120
Lampiran 8 Analisis Regresi Linier Berganda.....	126
Lampiran 9 Presensi Bimbingan .....	131
Lampiran 10 Hasil Turnitin.....	134