

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI
HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPATU NEW BALANCE**

(Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto)



SKRIPSI

Diajukan sebagai syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Manajemen S1

**SIGIT FATKHUROKHMAN
1802010171**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2023**

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI
HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPATU NEW BALANCE**

(Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto)



SKRIPSI

Diajukan sebagai syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Manajemen S1

**SIGIT FATKHUROKHMAN
1802010171**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA,
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU
NEW BALANCE**

(Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto)



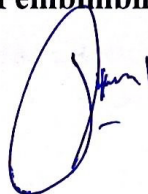
SKRIPSI

Oleh:

SIGIT FATKHUROKHMAN

1802010171

**Diterima dan disetujui oleh
Pembimbing:**






**Totok Haryanto, S.E., M.M.
NIK. 2160729**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :
Nama : Sigit Fatkhurokhman
NIM : 1802010171
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul laporan : **Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepatu New Balance (Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto)**

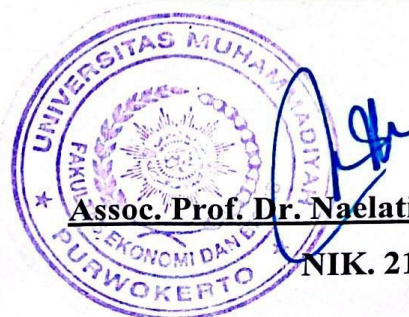
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Ketua : Totok Haryanto, S.E., M.M. ()
Anggota 1 : Assoc. Prof. Herni Justiana Astuti, S.E., M.Si., Ph.D ()
Anggota 2 : Purnadi, S.E., M.Si. ()
Ditetapkan di : Purwokerto
Tanggal : 16 Januari 2023

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si

NIK. 2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sigit Fatkhurokhman

NIM : 1802010171

Program Studi : Manajemen S1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua baik yang dikutip maupun dirujuk saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 16 Januari 2023

Yang Menyatakan



Sigit Fatkhurokhman

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sigit Fatkhurokhman
NIM : 1802010171
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepatu *New Balance* (Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat : Purwokerto

Pada tanggal : 16 Januari 2023

Yang menyatakan



Sigit Fatkhurokhman

MOTTO

“If you don’t go after what you want, you’ll never have it. And if you don’t ask, the answer is always no. Also if you don’t step forward, you’re always in the same place.”

“Nora Roberts”

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.”

“Q.S Ar-Ra'd: 11”



PERSEMBAHAN

Saya persembahkan skripsi ini kepada:

- ❖ Orang tua (Bapak Khadiman, S.T dan Ibu Sri Rahayu Subekti, S.Pd. SD) sebagai tanda sayang, bakti, hormat dan terimakasih atas *support*, kasih sayang, kerja keras dan doa yang tak mungkin bisa saya balas. Terimakasih telah menjadi orang tua yang sempurna.
- ❖ Keluarga besar sebagai tanda terimakasih atas dukungan dan doa yang diberikan.
- ❖ Kekasih saya Novia Arum Sari, S.Kep sebagai tanda terimakasih atas waktu, motivasi, perhatian serta doa dan semangat yang di berikan.
- ❖ Sahabat dan teman – teman sebagai tanda terimakasih saya atas saran, motivasi dan inspirasi serta doa yang diberikan.
- ❖ Garasi Coffee and Co. sebagai tanda terimakasih atas tempat yang diberikan selama proses pembuatan skripsi ini.
- ❖ Dosen pembimbing dan dosen penguji sebagai tanda terimakasih atas bimbingan dan arahan selama proses pembuatan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Jebul Suroso, S.Kp., Ns., M.Kep, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Assoc. Prof. Dr. Hj. Naelati Tubastuvi, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
3. Drs. Suyoto, M.Si., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
4. Totok Haryanto S.E., MM selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Assoc. Prof. Herni Justiana Astuti, S.E., M.Si., Ph.D dan Purnadi, SE., M.Si, selaku Dosen Penguji saya yang selalu memberikan saran yang sangat membangun sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

6. Hermin Endratno, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan dukungan dan arahan selama masa studi.
7. Bapak/Ibu dosen, seluruh staf dan karyawan tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama saya menimba ilmu di bangku perkuliahan dan atas segala bantuan dalam bentuk pelayanan serta fasilitas yang diberikan.
8. Kedua orang tua yang telah memberikan bantuan dukungan material, nonmaterial, motivasi, dan doa sehingga dapat menyelesaikan studi sesuai dengan target dan rencana.

Kesempurnaan itu hanya milik Allah SWT, saya menyadari bahwa skripsi ini banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari semua pihak untuk perbaikan skripsi ini. Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Purwokerto, 16 Januari 2023

Penulis

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPATU *NEW BALANCE*
(Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto)**

Sigit Fatkhurokhman
**Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
E-mail: sigit.fatkhurokhman@gmail.com**

Totok Haryanto S.E., MM
**Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
E-mail: feb.ump.th@gmail.com**

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian. Pemilihan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan *purposive sampling*. Berdasarkan kriteria, didapatkan sebanyak 94 responden yang menjadi sampel. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji instrumen, statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, dan uji hipotesis. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas produk, persepsi harga dan citra merek secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, kemudian kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, persepsi harga secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan citra merek secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek, Keputusan Pembelian

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTION AND BRAND IMAGE ON THE PURCHASE DECISION OF NEW BALANCE SHOES

(Study of college student In University of Muhammadiyah Purwokerto)

Sigit Fatkhurokhman

*The Faculty of Economic and Business
University of Muhammadiyah Purwokerto
Email: sigit.fatkhurokhman@gmail.com*

Totok Haryanto S.E., MM

*The Faculty of Economic and Business
University of Muhammadiyah Purwokerto
Email: feb.ump.th@gmail.com*

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of product quality, perceived price and brand image on purchasing decisions. Inner sample selection This research was conducted by purposive sampling. Based on the criteria, obtained as many as 94 respondents who became the sample. Data analysis technique used in this study are test instruments, descriptive statistics, test classical assumptions, multiple regression analysis, and hypothesis testing. Analysis results shows that product quality, price perception and brand image simultaneously have a significant positive effect on purchasing decisions, then Product quality partially has no positive and significant effect on purchasing decisions, price perceptions partially have a negative and significant effect on purchasing decisions, while brand image partially has a positive and significant effect on purchasing decisions.

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

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Pembatasan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori	10
1. <i>Grand Theory</i>	10
2. Teori Pendukung Penelitian	11
3. Keputusan Pembelian	11
4. Kualitas Produk	16
5. Persepsi Harga	20
6. Citra Merek.....	22
B. Penelitian Terdahulu	24
C. Kerangka Pemikiran	35

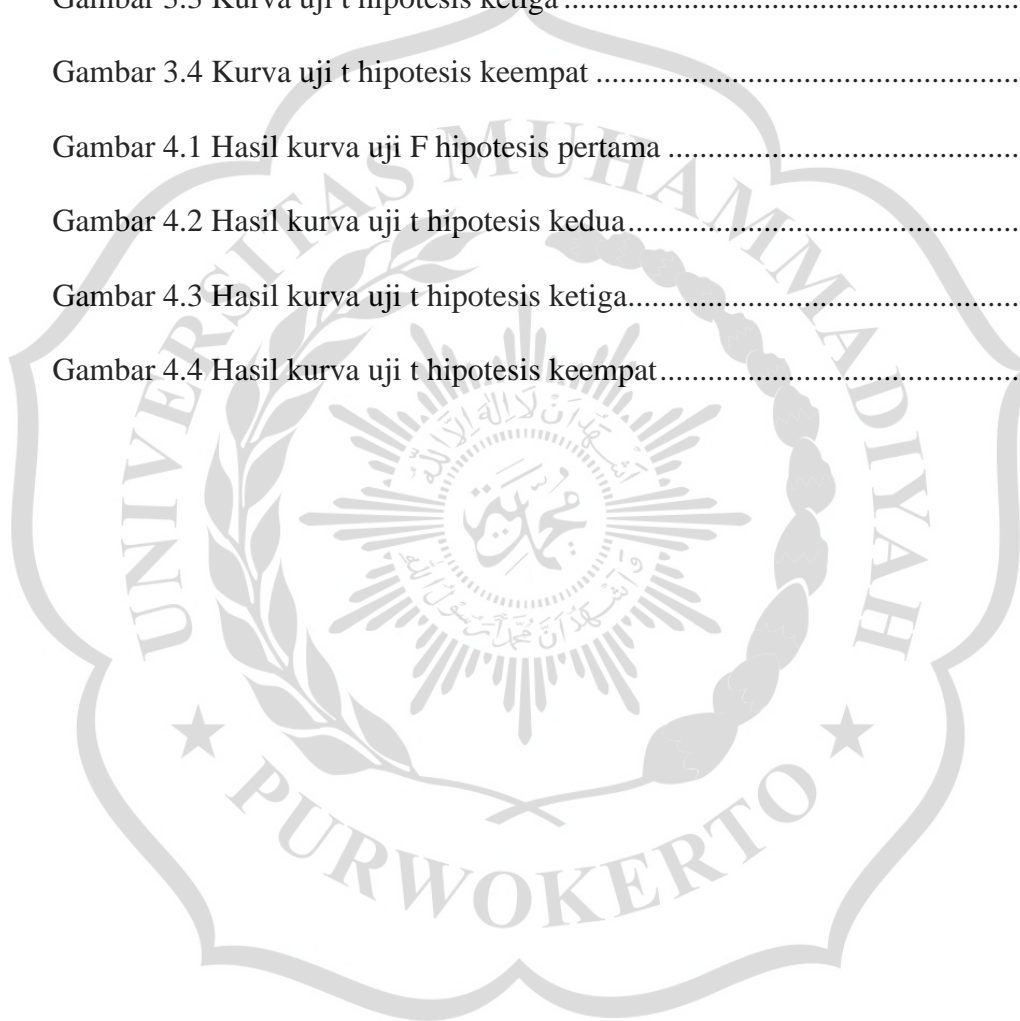
D. Hipotesis Penelitian	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	39
A. Jenis Penelitian	39
B. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	39
C. Metode Pengumpulan Data	41
D. Variabel Penelitian	41
E. Definisi Operasional	42
F. Metode Analisis Data	46
1. Uji Statistik Deskriptif.....	46
2. Uji Instrumen	47
3. Uji Asumsi Klasik	47
G. Analisis Regresi Berganda.....	49
H. Uji kecocokan Model.....	50
I. Uji Hipotesis F.....	51
J. Uji Hipotesis t.....	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	56
A. HASIL PENELITIAN	56
1. Gambaran Umum Sepatu New Balance	56
2. <i>Response Rate</i>	57
3. Gambaran Umum Responden.....	58
4. Analisis Data	60
5. Uji Instrumen	65
6. Uji Asumsi Klasik	67
7. Analisis Regresi Linier Berganda.....	70
8. Uji Kecocokan Model.....	71
9. Uji Hipotesis t.....	73
B. PEMBAHASAN.....	77
BAB V PENUTUP	82
A. Kesimpulan	82
B. Keterbatasan	82
C. Saran	83
DAFTAR PUSTAKA.....	86

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan sepatu di Indonesia pada Top Brand Index 2022 fase 1	2
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu	25
Tabel 3.1 Definisi operasional keputusan pembelian (Y)	43
Tabel 3.2 Definisi operasional kualitas produk (X1).....	44
Tabel 3.3 Definisi operasional persepsi harga (X2)	45
Tabel 3.4 Definisi operasional citra merek (X3)	46
Tabel 4.1 <i>Response rate</i>	58
Tabel 4.2 Data jenis kelamin responden	58
Tabel 4.3 Data semester responden	59
Tabel 4.4 Data fakultas responden	59
Tabel 4.5 Hasil analisis statistik deskriptif kualitas produk	60
Tabel 4.6 Hasil analisis statistik deskriptif persepsi harga	62
Tabel 4.7 Hasil analisis statistik deskriptif citra merek	63
Tabel 4.8 Hasil analisis statistik deskriptif keputusan pembelian	64
Tabel 4.9 Hasil uji validitas kualitas produk	65
Tabel 4.10 Hasil uji validitas persepsi harga	65
Tabel 4.11 Hasil uji validitas citra merek	66
Tabel 4.12 Hasil uji validitas keputusan pembelian	66
Tabel 4.13 Hasil uji reliabilitas	67
Tabel 4.14 Hasil uji normalitas	68
Tabel 4.15 Hasil uji multikolonieritas	68
Tabel 4.16 Hasil uji heteroskedastisitas	69
Tabel 4.17 Hasil uji analisis regresi linier berganda	70
Tabel 4.18 Hasil uji koefisien determinasi	72
Tabel 4.19 Hasil uji F	72
Tabel 4.20 Hasil uji t	73
Tabel 4.21 Rekapitulasi hasil uji hipotesis	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka pemikiran.....	37
Gambar 3.1 Kurva uji F hipotesis pertama.....	51
Gambar 3.2 Kurva uji t hipotesis kedua.....	53
Gambar 3.3 Kurva uji t hipotesis ketiga.....	54
Gambar 3.4 Kurva uji t hipotesis keempat.....	55
Gambar 4.1 Hasil kurva uji F hipotesis pertama.....	73
Gambar 4.2 Hasil kurva uji t hipotesis kedua.....	74
Gambar 4.3 Hasil kurva uji t hipotesis ketiga.....	75
Gambar 4.4 Hasil kurva uji t hipotesis keempat.....	76



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner penelitian.....	89
Lampiran 2: Data responden.....	96
Lampiran 3: Tabulasi penelitian	101
Lampiran 4: Uji analisis statistik deskriptif.....	111
Lampiran 5: Uji Validitas	113
Lampiran 6: Uji reliabilitas.....	116
Lampiran 7: Uji asumsi klasik.....	117
Lampiran 8: Uji Kecocokan model.....	119
Lampiran 9: Uji kecocokan model	120
Lampiran 10: Uji hipotesis	121
Lampiran 11: R tabel	122
Lampiran 12: F tabel.....	124
Lampiran 13: T tabel	125
Lampiran 14: Surat izin penelitian	126
Lampiran 15: Bukti penyebaran link google form melalui media sosial.....	127
Lampiran 16: Bukti lolos Turnitin.....	128