

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRODUCT QUALITY*
DAN *PRICE PERCEPTION* TERHADAP *PURCHASE*
DECISION PADA SANDAL FIPPER
DI SURABAYA**



OLEH:
ZERLINA YOLANDA BUDIANTO
3103015013

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2019**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRODUCT QUALITY*
DAN *PRICE PERCEPTION* TERHADAP *PURCHASE*
DECISION PADA SANDAL FIPPER
DI SURABAYA**

SKRIPSI
Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen

OLEH:
ZERLINA YOLANDA BUDIANTO
3103015013

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2019

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRODUCT QUALITY*
DAN *PRICE PERCEPTION* TERHADAP *PURCHASE*
DECISION PADA SANDAL FIPPER
DI SURABAYA**

Oleh:

ZERLINA YOLANDA BUDIANTO

3103015013

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
Untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



C. Marlina Junaedi, SE., M.Si

NIK. 311.98.0358

Tanggal: 23-1-2019

Pembimbing II,



Robertus Sigit H.L., SE.M.Sc

NIK. 311.11.0678

Tanggal: 23.01.2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Zerlina Yolanda Budianto NRP 3103015013

Telah diuji pada tanggal 26 Januari 2019 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji



Dra. Ec. Arini, MM

NIK 311.03.0550

Mengetahui:

Dekan,



Dr. Lodovicus L, MM., Ak, CA., CPAI

NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan.



Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc

NIK. 311.11.0678

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN

PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zerlina Yolanda Budianto

NRP : 3103015013

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image*, *Product Quality* dan *Price Perception* terhadap *Purchase Decision* pada sandal flipper di Surabaya

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 23 Januari 2019

Yang menyatakan



(Zerlina Yolanda Budianto)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan kelancaran yang diberikan-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu yang berjudul “Pengaruh *brand image*, *product quality* dan *price perception* terhadap *purchase decision* pada sandal Fipper di Surabaya”. Penyusunan skripsi ini dilakukan agar dapat memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Manajemen di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dan setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, SE., MM selaku Dekan dari Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit H. L., SE., M.Sc selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya serta sekaligus Dosen Pembimbing II saya, yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran selama bimbingan dan memberikan saran-saran yang berguna untuk menyelesaikan skripsi saya ini.
3. Ibu C. Marlina Junaedi, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing I saya, yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya selama bimbingan dan memberikan saran-saran yang berguna agar saya dapat segera menyelesaikan skripsi saya ini.
4. Seluruh Dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah mengajar saya dan membagikan ilmu pengetahuannya kepada saya selama masa studi saya.
5. Keluarga yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan kepada saya agar saya bisa menyelesaikan skripsi saya dengan lancar dan tepat waktu.
6. Teman-teman saya, yang selalu memberikan support kepada saya, dan memberikan banyak bantuan saat saya melakukan penulisan skripsi ini Cecil, Devi, Raymond, Daniel, Angel, Anton dan Tiwi yang selalu

memberi saya semangat saat saya lagi stress-stressnya mengerjakan skripsi saya.

7. *Got7, their songs that give me a strength on my hard times, which is actually really makes me down and stressed a lot.*
8. *For those people who always support me, but probably haven't mentioned in here, Thank you. And also for my virtual friends, thank you for always supporting me, thank you for willing to listen to all my problems and my complaints, although you guys just send me a support by a text, to me it's more than enough.*

Penulis menyadari bahwa tugas akhir skripsi ini jauh dari kata sempurna, oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun dalam penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata, saya sebagai penulis berharap semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, 12 Januari 2019

Penulis,

Zerlina Yolanda Budianto

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
 BAB 1. PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	6
 BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	 8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 <i>Brand Image</i>	8
2.1.2 <i>Product Quality</i>	9
2.1.3 <i>Price Perception</i>	11
2.1.4 <i>Purchase Decision</i>	12
2.2 Penelitian Terdahulu	13
2.3 Pengembangan Hipotesis	15

2.3.1 Pengaruh <i>brand image</i> terhadap <i>purchase decision</i>	15
2.3.2 Pengaruh <i>product quality</i> terhadap <i>purchase decision</i>	16
2.3.3 Pengaruh <i>price perception</i> terhadap <i>PurchaseDecision</i>	17
2.4 Model Penelitian/Rerangka Konseptual	18
 BAB 3. METODE PENELITIAN	 19
3.1 Desain Penelitian	19
3.2 Identifikasi Variabel, Definisi Operasional & Pengukuran Variabel	19
3.2.1 Identifikasi Variabel	19
3.2.2 Definisi Operasional	21
3.2.3 Pengukuran Variabel	21
3.3 Jenis dan Sumber Data	22
3.4 Metode Pengumpulan Data	22
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	22
3.6 Analisis Data	23
3.6.1 Pengujian Validitas dan Reliabilitas	24
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	24
3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda	25
3.6.4 Uji Kelayakan Model	26
3.6.5 Uji Hipotesis	26
 BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	 28
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	28
4.1.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	28
4.1.2 Karakteristik Berdasarkan Domisili	28
4.1.3 Karakteristik Berdasarkan Pembelian Sandal Fipper	29
4.1.4 Karakteristik Berdasarkan Usia	29
4.1.5 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir	30
4.1.6 Karakteristik Berdasarkan Status	30
4.1.7 Karakteristik Berdasarkan Pengeluaran Belanja	31

4.2 Deskripsi Data	31
4.2.1 Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	32
4.2.2 Statistik Deskriptif Variabel <i>Product Quality</i>	33
4.2.3 Statistik Deskriptif Variabel <i>Price Perception</i>	34
4.2.4 Statistik Deskriptif Variabel <i>Purchase Decision</i>	35
4.3 Analisis Data	36
4.3.1 Uji Validitas	37
4.3.2 Uji Reliabilitas	38
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	39
4.3.4 Uji Kelayakan Model	40
4.3.5 Uji Koefisien Determinasi	41
4.3.6 Uji F	41
4.3.7 Uji T	41
4.4 Pembahasan	43
4.4.1 Pengaruh <i>brand image</i> terhadap <i>purchase decision</i>	43
4.4.2 Pengaruh <i>product quality</i> terhadap <i>purchase decision</i>	43
4.4.3 Pengaruh <i>price perception</i> terhadap <i>purchase decision</i>	44
BAB 5. SIMPULANDAN SARAN	45
5.1 Simpulan	45
5.2 Keterbatasan	45
5.3 Saran	45
5.3.1 Saran Akademis	45
5.3.2 Saran Praktis	46
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang.....	15
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	28
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	29
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Sandal Fipper	29
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	29
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	30
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Status	30
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Belanja	31
Tabel 4.8 Interval Skala Penilaian	32
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i> (BI).....	32
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel <i>Product Quality</i> (PQ).....	33
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel <i>Price Perception</i> (PP)	34
Tabel 4.12 Statistik Deskriptif Variabel <i>Purchase Decision</i> (PD)	35
Tabel 4.13 Hasil Dari Uji Validitas.....	36
Tabel 4.14 Hasil Dari Uji Reliabilitas.....	37
Tabel 4.15 Hasil Dari Uji Normalitas	38
Tabel 4.16 Hasil Dari Uji Multikolerniaritas	39
Tabel 4.17 Analisis Linier Regresi Berganda	40
Tabel 4.18 Koefisien Determinasi.....	41
Tabel 4.19 Hasil Uji F	42
Tabel 4.20 Hasil Uji T.....	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik nilai impor alas kaki.....	2
Gambar 2.1 Model Penelitian	18
Gambar 4.1 Grafik Scatterplot	39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuesioner
Lampiran 2.	Karakteristik responden
Lampiran 3a.	Hasil jawaban responden tentang variabel <i>brand image</i>
Lampiran 3b.	Hasil jawaban responden tentang variabel <i>product quality</i>
Lampiran 3c.	Hasil jawaban responden tentang variabel <i>price perception</i>
Lampiran 3d.	Hasil jawaban responden tentang variabel <i>purchase decision</i>
Lampiran 4.	Uji validitas
Lampiran 5.	Uji reliabilitas
Lampiran 6.	Uji normalitas
Lampiran 7.	Uji Multikoleniaritas, Uji T, Analisis Regresi Linier Berganda
Lampiran 8.	Uji F
Lampiran 9.	Uji R ² (Koefisien Determinasi)
Lampiran 10.	Uji Heteroskedastisitas

PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRODUCT QUALITY* DAN
PRICE PERCEPTION TERHADAP *PURCHASE DECISION*
PADA SANDAL FIPPER DI SURABAYA

ABSTRAK

Alas kaki adalah salah satu kebutuhan primer yang berfungsi untuk melindungi kaki kita, Selain itu alas kaki sudah menjadi salah satu item fashion yang cukup penting dan dapat mempengaruhi gaya atau penampilan dari seseorang. Di Indonesia kita dapat menemui berbagai macam produk alas kaki yang modelnya selalu berubah-ubah sesuai dengan perkembangan mode atau fashion yang lagi trend atau in. Salah satu model alas kaki yang umumnya disukai oleh masyarakat Indonesia adalah alas kaki model sandal. Karena penggunaan sandal yang nyaman dipakai untuk melakukan aktivitas apapun. Fipper adalah salah satu brand sandal yang cukup terkenal di Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara *brand image*, *product quality* dan *price perception* terhadap *purchase decision* pada sandal Fipper di Surabaya. Penelitian ini menggunakan model penelitian kausal. Metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu *non probability sampling*. Sampel yang dipakai sebanyak 150 responden yang membeli sandal Fipper di Surabaya. Alat pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS 16.0.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *brand image*, *product quality* dan *price perception* berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap *purchase Decision*.

Kata Kunci: *Brand Image, Product Quality, Price Perception, Purchase Decision*

THE EFFECT OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY, AND PRICE
PERCEPTION TO PURCHASE DECISION ON FIPPER SANDAL IN
SURABAYA

ABSTRACT

Footwear is one of primary need that has a function to protect our feet. Besides that, footwear has become one of fashion items that is quite important and can affect an appearance of someone. In Indonesia we can find various kinds of footwear products with so many models by following what's in or on trend. One of footwear model that's generally preferred by peoples in Indonesia is sandal. Because sandal is quite comfortable to wear on any activities. There's one sandal brand that quite famous in Indonesia, Fipper.

This study aims to study the effect of brand image, product quality and price perception on purchasing decision on sandal Fipper in Surabaya. This study uses a causal research model. The sampling method used is non probability sampling. The sample of this study is 150 respondents who bought sandals in Surabaya. The data collection tool used is a questionnaire. The data analysis technique of this study uses Multiple Linear Regression using the SPSS 16.0 program.

The results of this study show that brand image, product quality and price perception have a significant and positive effect on purchase decision.

Keywords : *brand image, product quality, price perception, purchase decision*