

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EIGER
(Studi Empiris Konsumen Eiger Se-eks Karisidenan Madiun)**



Oleh :

AFRIANSYAH TRI MUFIKO

51417003

PSDKU MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
KAMPUS KOTA MADIUN
2021

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EIGER
(Studi Empiris Konsumen Eiger Se-eks Karisidenan Madiun)**

SKRIPSI
Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
KAMPUS KOTA MADIUN
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan manajemen

OLEH :
AFRIANSYAH TRI MUFIKO
51417003

PSDKU MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
KAMPUS KOTA MADIUN
2021

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EIGER
(Studi Empiris Konsumen Eiger Se-eks Karisidenan Madiun)**

Oleh :
Afriansyah Tri Mufiko
51417003

Telah disetujui dan diterima dengan baik
untuk diajukan kepada tim penguji

Pembimbing,



Dra. Dyah Kurniawati, M.Si
NIDN. 0713126601

Tanggal : 06 Desember 2021

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : Afriansyah Tri Mufiko NIM 51417003

Telah diuji pada tanggal 17 Desember 2021 dan dinyatakan lulus oleh tim penguji

Ketua Tim Penguji:



Veronika Agustini Srimulyani, S.E., M.Si
NIDN. 0717087201

Mengetahui:

Dekan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., CPA
NIDN. 0713097203



Dr. Dyah Kurniawati, M.Si
NIDN. 0713126601

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Afriansyah Tri Mufiko

Nim : 51417003

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger (Studi Empiris Konsumen Eiger Se-Eks Karisidenan Madiun)

Menyatakan bahwa skripsi tersebut adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, maka saya bersedia menerima konsekuensi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui bahwa karya tulis saya untuk dipublikasi atau ditampilkan di internet maupun media lain (*digital library* perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun) untuk kepentingan akademik dengan tetap berpedoman pada Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Madiun, 06 Januari 2021

Yang menyatakan,



Afriansyah Tri Mufiko

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan proposal penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger (Studi Empiris Konsumen Eiger Se-Eks Karisidenan Madiun)”**. Proposal penelitian ini disusun dan diajukan sebagai prasyarat dalam pemenuhan tugas dalam menempuh studi pada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen Diluar Kampus utama (PSDKU) Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, di Kampus Kota Madiun.

Dalam penulisan skripsi penulis menyadari bahwa selesainya skripsi ini hanya dengan bantuan doa, usaha dengan menempuh bimbingan dari dosen serta dukungan dan motivasi dari berbagai kalangan, sehingga pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Allah SWT atas berkat dan rahmat yang diberikan selalu. Berkat-Nya yang tidak pernah berhenti dari masuk kuliah sampai saat ini sehingga dapat mencapai pada titik penyelesaian skripsi ini.
2. Ibu saya Murjiati yang selalu menjadi kekuatan, sabar, selalu mendoakan dan menjadi tempat berkeluh kesah dengan apa yang saya kerjakan agar berjalan lancar dan sukses.
3. Kakak saya tercinta Sindi Ayu Mufiko yang selalu memberikan support luar biasa, memberikan saran – saran dan pengalaman dalam pengerjaan skripsi ini serta adik saya Meyranti yang selalu menjadi penyemangat serta kasih sayang.
4. Ibu Dra. Dyah Kurniawati, M.Si. selaku ketua program studi Manajemen dan dosen pembimbing yang telah dengan sabar, teliti dan ikhlas meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, semangat, motivasi dan saran-saran yang sangat berharga kepada penulis selama menyusun skripsi.

5. Ibu Wahyu Prabawati Putri H., S.T., M.M. selaku wali studi selama kuliah di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya di Kampus Kota Madiun, terimakasih atas segala dukungan yang selalu diberikan.
6. Seluruh dosen yang pernah mengajar dan membimbing saya terimakasih atas ilmunya.
7. Ibu Cahyani Setyawati sebagai staf Program Studi Diluar Kampus Utama (PSDKU) Manajemen dan seluruh staf di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya di Kampus Kota Madiun.
8. Teman-teman seperjuangan kelas Manajemen A terimakasih sudah menjadi kawan dan kisah kasih selama masa kuliah, semoga kita semua diberi kelancaran dalam mengejar cita-cita.
9. Dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu , terimakasih atas doa dan semangatnya semoga kita semua selalu diberkahi dan dalam lindungan-Nya

Penulis menyadari bahwa laporan penelitian skripsi ini tidak terhindar dari berbagai kekurangan dan kelemahan karena keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penulis mengharapkan pada penelitian selanjutnya, untuk dapat menyempurnakan keterbatasan dan laporan penelitian ini agar kajian dengan tema serupa dapat semakin berkualitas dan berkembang.

Madiun, 06 Januari 2021



Afriansyah Tri Mufiko

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRACT.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Penulisan Laporan Skripsi	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.2 Bauran Pemasaran	7
2.3 Penelitian Terdahulu	20
2.4 Penelitian Hipotesis.....	21
2.5 Model Penelitian	22
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	23
3.1 Desain Penelitian.....	23
3.2 Identifikasi, Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel.....	23
3.2.1 Identifikasi Variabel	23
3.2.2 Definisi Operasional Variabel	23
3.2.3 Pengukuran Variabel.....	25
3.3 Jenis dan Sumber Data	25
3.4 Metode Pengumpulan Data	25
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan sampel.....	25
3.6 Teknik analisis data	26
3.6.1 Uji Kualitas Data	26
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	27
3.6.3 Regresi linier berganda	28
3.6.4 Uji Hipotesis	28
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	30
4.2 Deskripsi Data	30
4.2.1 Deskripsi Responden	30
4.2.2 Deskripsi Variabel	33
4.3 Hasil Analisis Data.....	37
4.3.1 Uji Kualitas Data	37
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	38

4.3.3 Uji Regresi Linier Berganda	40
4.3.4 Uji Hipotesis	41
BAB 5 SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN	47
5.1 Simpulan.....	47
5.2 Keterbatasan	47
5.3 Saran.....	48
DAFTAR PUSTAKA	49

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Harga Perlengkapan <i>Outdoor</i>	1
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	31
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia	31
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	32
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan	32
Tabel 4.5 Rentang Skala	33
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Variabel Kualitas Produk	33
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Variabel Citra Merek	34
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Variabel Harga	35
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian	36
Tabel 4.10 Rangkuman Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	37
Tabel 4.11 Rangkuman Hasil Uji Multikolinieritas	39
Tabel 4.12 Rangkuman Hasil Uji Heteroskedastisitas	40
Tabel 4.13 Uji Regresi Linier Berganda	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	22
Gambar 3.1 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0	29
Gambar 4.1 Pola Normal P-Plot Uji Normalitas.....	38
Gambar 4.2 Kurva Pengambilan Keputusan Uji t (X_1 -Y)	42
Gambar 4.3 Kurva Pengambilan Keputusan Uji t (X_2 -Y)	42
Gambar 4.4 Kurva Pengambilan Keputusan Uji t (X_3 -Y)	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner
Lampiran 2 Daftar Responden
Lampiran 3 Data Variabel
Lampiran 4 Pendistribusian Kuesioner
Lampiran 5 Analisis Statistic Deskriptif
Lampiran 6 Kualitas Data
Lampiran 7 Uji Asumsi Klasik
Lampiran 8 Regresi Linier Berganda
Lampiran 9 Tabel t Dan r

ABSTRACT

This study aims to examine the significance of the positive influence of product quality, brand image, and price variables on purchasing decisions on the eiger exs residency of Madiun products. The sample in this study was 100 respondents who were selected by purposive sampling technique with the criteria of buying and using Eiger products. Hypothesis testing was carried out using multiple linear regression analysis with the help of the SPSS 22 program application. The results showed that the variables of product quality, brand image and price had a significant positive effect on purchasing decisions. The results of the calculation of the R2 test show that the overall effect of the variables from product quality, brand image, and price is 0,602, which means it has an effect of 60,2% and the remaining 39,8% is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords : Product Quality, Brand Image, Price Variables, Purchasing Decisions

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji signifikansi pengaruh positif variabel kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian pada produk eiger exs karesidenan Madiun. Sampel dalam penelitian ini sejumlah 100 responden yang dipilih dengan teknik *purposive sampling* dengan kriteria yang membeli dan menggunakan produk Eiger. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan dibantu aplikasi program SPSS 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, citra merek dan harga berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian. Hasil perhitungan uji R^2 menunjukkan besarnya pengaruh keseluruhan variabel dari kualitas produk, citra merek, dan harga sebesar 0,590 yang berarti memiliki pengaruh sebesar 59% dan sisanya 41% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

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