

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN PERSEPSI
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi pada Konsumen Kaos Dagadu di Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRICE PERCEPTION, AND
PRODUCT QUALITY PERCEPTION OF PURCHASING DECISIONS
(Study on Customers Shirt Dagadu in Yogyakarta)***

SKRIPSI



Oleh:

**OZI SURYO PRAKOSO
20150410188**

**POGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2019

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN PERSEPSI
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi pada Konsumen Kaos Dagadu di Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRICE PERCEPTION, AND
PRODUCT QUALITY PERCEPTION OF PURCHASING DECISIONS
(Study on Customers Shirt Dagadu in Yogyakarta)***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bsinis Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh:

**OZI SURYO PRAKOSO
20150410188**

**POGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2019

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN PERSEPSI
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Konsumen Kaos Dagadu Di Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRICE PERCEPTION, AND
PRODUCT QUALITY PERCEPTION OF PURCHASING DECISIONS
(Study on Customers Shirt Dagadu in Yogyakarta)***



Telah disetujui
Dosen Pembimbing

Hasnah Rimiati, Dra., M.SI.
NIK : 19621015198904 143 006

Tanggal 14 Desember 2019

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN PERSEPSI
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Konsumen Kaos Dagadu Di Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRICE PERCEPTION, AND
PRODUCT QUALITY PERCEPTION OF PURCHASING DECISIONS
(Study on Customers Shirt Dagadu in Yogyakarta)***

Diajukan oleh

OZI SURYO PRAKOSO
20150410188

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di Depan Dewan Penguji Program
Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Tanggal 14 Desember 2019

Yang terdiri dari

Ketua Tim Penguji




Susanto, Dr., M.S


NIK. 195212231980031003

Anggota Tim Penguji

Anggota Tim Penguji



Hasnah Riniyati, Dra., M.Si.
NIK. 19621015198904 143 006



Punang Amari Puja, SE., ST., M.IT.
NIK. 19701012 200501 1 013



Mengetahui Kaprodi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Retno Widawati PA., M.Si., Ph.D

NIK : 196304071991032001

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Ozi Suryo Prakoso

Nomor Mahasiswa : 20150410188

Menyatakan bahwa Skripsi ini dengan judul: **“Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Persepsi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Kaos Dagadu Di Yogyakarta)”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam Skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 14 Desember 2019



Ozi Suryo Prakoso

MOTTO

“Sesungguhnya setelah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain, dan hanya kepada Tuhan mu lah hendaknya kamu berharap”.

(Qs. Alam Nasyrh: 6-8)

“Jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu. Dan sesungguhnya yang demikian itu berat, kecuali bagi orang-orang yang khusu’.

(Qs. A Baqorah: 45)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji Syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayahnya kepada saya beserta keluarga sekalian sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Karya tulis ini saya persembahkan untuk kedua orangtua saya Bapak Sardjio dan Ibu Wartini yang telah melahirkan, membesarkan, dan mendidik saya sampai saat ini. Terimakasih untuk segala doa, dukungan, dan semangat yang telah beliau curahkan sehingga saya sampai pada titik ini. Terimakasih untuk kakakku tercinta Nurul Oziviana yang telah memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih untuk kekasihku Okta Anggraini Nugroho yang memberikan semangat dan membantu jalannya skripsi ini.

Untuk yang terakhir dalam persembahan ini, besar harapan saya semoga apa yang menjadi doa dan cita-cita saya selama ini dapat tercapai, serta ilmu yang dapat selama ini dapat bermanfaat bagi orang-orang disekitar saya. Aamiin

INTISARI

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh citra merek, persepsi harga, dan persepsi kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen Kaos Dagadu di Yogyakarta. Objek dalam penelitian ini adalah kaos Dagadu di Yogyakarta. Subjek penelitian adalah wisatawan yang membeli produk kaos Dagadu di Yogyakarta. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 orang konsumen kaos Dagadu di Yogyakarta. Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda setelah sebelumnya dilakukan uji validitas dan reliabilitas kuesioner.

Hasil pengujian yang dilakukan menunjukkan citra merek, persepsi harga, dan persepsi kualitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pembelian kaos Dagadu di Yogyakarta. Citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pembelian kaos Dagadu di Yogyakarta. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pembelian kaos Dagadu di Yogyakarta. Persepsi kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pembelian kaos Dagadu di Yogyakarta.

Kata kunci: citra merek, persepsi harga, persepsi kualitas produk, keputusan pembelian konsumen.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of brand image, price perception, and product quality perception on purchasing decisions on consumers of Dagadu T-shirts in Yogyakarta. The object of this research is the Dagadu T-shirt in Yogyakarta. The research subjects were tourists who bought Dagadu T-shirt products in Yogyakarta. The research were obtained through distributing questionnaires to 100 consumers of Dagadu T-shirts in Yogyakarta. The analysis was performed using multiple linear regression after previously being tested the validity and reliability of the questionnaire.

The results of tests carried out show brand image, price perception, and quality perception simultaneously have a significant effect on the purchasing decision of purchasing Dagadu T-shirts in Yogyakarta. Brand image has a positive and significant influence on the purchasing decision of purchasing Dagadu T-shirts in Yogyakarta. Price perception has a positive and significant effect on the purchase decision to purchase Dagadu T-shirts in Yogyakarta. Perception of quality has a positive and significant influence on the purchase decision to purchase Dagadu T-shirts in Yogyakarta.

Keywords: *brand image, price perception, product quality perception, consumer purchasing decisions.*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah robbil 'aalamiin segala puji bagi Allah SWT, yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Sholawat dan salam senantiasa kami panjatkan kepada jujungan Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat serta mereka yang mengemban sunnah-Nya sampai akhir zaman.

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan ramhat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Persepsi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Kaos Dagadu Di Yogyakarta)”**.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis mendapat bantuan, dukungan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan ketulusan dan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Rizal Yahya, S.E, M.Sc., Ph.D., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Ibu Retno Widowati PA, M.Si., Ph.D. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

3. Ibu Hasnah Rimiati, Dra., M.Si. yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.
4. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir (skripsi) ini.

Sebagai kata akhir, tiada gading yang tak retak, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diharapkan untuk kedalaman karya tulis dengan topik ini. Harapan penulis, semoga skripsi ini diterima dan bermanfaat. Aamiin.

Wassalamu'alaikum. Wr. Wb

Yogyakarta, 14 Desember 2019

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|-------------------------------------|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| PERNYATAAN..... | iv |
| MOTTO | v |
| PERSEMBAHAN..... | vi |
| INTISARI..... | vii |
| ABSTRACT | viii |
| KATA PENGANTAR..... | ix |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR TABEL..... | xiii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xv |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 5 |
| C. Tujuan Penelitian | 6 |
| D. Manfaat Penelitian | 6 |
| | |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 7 |
| A. Landasan Teori..... | 7 |
| 1. Citra Merek..... | 7 |
| 2. Persepsi Harga | 11 |
| 3. Persepsi Kualitas Produk..... | 13 |
| 4. Keputusan Pembelian | 17 |
| B. Hasil Penelitian Terdahulu | 20 |
| C. Penurunan Hipotesis..... | 22 |
| D. Model Penelitian | 27 |

| | |
|--|-----------|
| BAB III METODE PENELITIAN | 29 |
| A. Subjek dan Objek penelitian | 29 |
| B. Jenis dan Sumber Data | 29 |
| C. Teknik Pengambilan Sampel..... | 30 |
| D. Teknik Pengumpulan Data..... | 31 |
| E. Definisi Operasional Variabel Penelitian..... | 32 |
| F. Uji Kualitas Instrumen | 33 |
| G. Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis..... | 34 |
| | |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 37 |
| A. Gambaran Umum Objek/ Subjek Penelitian | 37 |
| B. Uji Kualitas Instrumen | 39 |
| C. Analisis Data dan Uji Hipotesis | 41 |
| D. Pembahasan..... | 44 |
| | |
| BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN..... | 49 |
| A. Simpulan | 49 |
| B. Keterbatasan Penelitian..... | 50 |
| C. Saran..... | 50 |
| | |
| DAFTAR PUSTAKA | 51 |
| LAMPIRAN..... | 55 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 21 |
| Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel | 32 |
| Tabel 4.1 Deskripsi Profil Responden | 39 |
| Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian | 40 |
| Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas | 40 |
| Tabel 4.4 Hasil Uji Regresi | 41 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 2.1 Model Keputusan Proses Pembelian | 18 |
| Gambar 2.2 Model Penelitian | 21 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|----|
| Lampiran 1 Lembar Kuesioner Penelitian | 56 |
| Lampiran 2 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel | 60 |
| Lampiran 3 Karakteristik Responden | 64 |
| Lampiran 4 Hasil Olah Data | 65 |