

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *BRAND ERIGO***

(Study : Pada Mahasiswa ABM Pengguna Aktif Aplikasi Tik-Tok)

Untuk Memenuhi Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Disusun Oleh:

Fandro Kristian Nalle

Nomor Pokok : K.2019.1.34973

Program Studi : Manajemen

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

(STIE) MALANGKUCECWARA

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

MALANG

2024

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *BRAND ERIGO***

(Study : Pada Mahasiswa ABM Pengguna Aktif Aplikasi Tik-Tok)

Untuk Memenuhi Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Disusun Oleh:

Fandro Kristian Nalle

Nomor Pokok : K.2019.1.34973

Program Studi : Manajemen

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

(STIE) MALANGKUCECWARA

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

MALANG

2024

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAPA KEPUTUSAN PEMBELIAN BRAND ERIGO



Mengetahui,
Ketua STIE Malangkuçeçwara

[Signature]
Drs. BUNYAMIN, M.M., Ph.D.
NIK 202.710.182

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU nomor 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang, 24 Juli 2024.



Mahasiswa

tid

Fandro Kristian Palle

NPK: k-2019.1-34973.

SURAT BUKTI RISET

SURAT KETERANGAN RISET

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Drs. DIDIK PRIYO SUGIHARTO, M.M.
NIK : 202.710.278

Sebagai dosen pembimbing skripsi dari:

Nama : FANDRO KRISTIAN NALLE
NPK : K.2019.1.34973
Program Studi : MANAJEMEN
Alamat :
No HP :
E-mail :

menerangkan bahwa mahasiswa STIE Malangkeçewara tersebut telah mengadakan riset dengan data diambil dari :

Data digunakan untuk menyelesaikan skripsi dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN BRAND ERIGO
(Study : Pada Mahasiswa Kampus ABM Pengguna Aktif Aplikasi Tik-Tik)**

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jumat, 02 Agustus 2024
Dosen pembimbing skripsi,



(Drs. DIDIK PRIYO SUGIHARTO, M.M.)
NIK. 202.710.278

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan memanjatkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha kuasa karena atas berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini yang berjudul “Pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian brand Erigo”. Penulis menyadari bahwa penulis tidak dapat menyelesaikan karya ini tanpa dukungan, bantuan, bimbingan, pengarahan dari berbagai pihak oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang maha esa atas segala berkat, rahmat anugerah dan karunianya yang sangat besar kepada penulis. Terima kasih tuhan Yesus sudah menjadikan saya anak kesayangan-Mu dan selalu menyertai tiap langkah saya dalam proses kehidupan di dunia. Saya sangat mencintaimu Tuhan.
2. Terima kasih kepada Orang Tua, Bapak Adrianus Nalle yang banyak memberi dukungan, motivasi, dan perhatian. Mama Johana Ndun yang tak pernah berhenti melimpahkan perhatian dan mencurahkan kasih sayang yang tak dapat dibalas dengan apa pun. Terima kasih untuk semua nasehat yang bapa, mama, berikan sehingga saya bisa tahu mana yang baik dan mana yang buruk. Terima kasih untuk dukungan yang selama ini di berikan kepada saya dalam proses pendidikan saya.
3. Bapak Drs. Bunyamin, MM, PH, D Selaku ketua STIE Malangkucecewara.
4. Ibu Dra.Lindananty, MM, Selaku ketua program studi manajemen.
5. Bapak Drs.DIDIK PRIYO SUGIHARTO, M.M. Selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan pengarahan serta bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
6. Seluruh bapak ibu dosen STIE Malangkucecewara atas bimbingan dan ilmu yang di berikan selama 8 semester.
7. Terima kasih juga untuk diri saya sendiri yang sudah melalui banyak proses dari awal perkuliahan di kampus sebagai anak rantau hingga sampai pada akhir perkuliahan masih tetap menjadi orang yang kuat dan

selalu berpikir positif terhadap semua rintangan yang di lalui dan selalu berani dalam melalui setiap proses kehidupan. Susah senangnya hidup yang di jalani, menerima setiap masalah yang ada dan menjadikannya proses pembelajaran dalam hidup dan selalu menjadi orang yang bersyukur. Terima kasih untuk diri saya sendiri sudah bertahan dan berjuang sampai sejauh ini.

8. Terima kasih kepada Voni Besin yang sudah membantu saya dalam proses penyelesaian tugas akhir ini dari awal sampai selesai.
9. Semua pihak tidak dapat di sebutkan satu persatu, terima kasih atas kerja semuanya sehingga penulis skripsi ini dapat di selesaikan tepat waktu. Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa melimpahkan berkat dan rahmatnya selalu, Amin.

ABSTRAK

Erigo adalah brand fashion unisex asli dari Indonesia yang merupakan brand *fashion* lokal yang menawarkan produk *fashion* dengan desain kasual, trendy dan simple khas *street style* yang dibangun oleh Muhammad Sadad pada tahun 2010 dengan merek bernama Selected And Co dan citra merek adalah faktor-faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian dalam konteks pemasaran. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, merek, terhadap keputusan pembelian Brand Erigo. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan menyebarkan kuesioner kepada sampel konsumen yang telah menggunakan produk tersebut dan Data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan teknik analisis regresi berganda. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah kualitas produk, harga dan citra merek berpengaruh secara nyata terhadap keputusan pembelian produk Erigo. Temuan dari penelitian ini dapat membantu perusahaan dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif, meningkatkan kualitas layanan agar dapat memuaskan konsumen yang berbelanja, dan mempertahankan citra baik dari merek mereka.

Kata kunci: *fashion, stylish, brandfashion, street style, Kualitas Produk, Citra merek dan Brand Erigo.*

ABSTRACT

Erigo is an original unisex fashion brand from Indonesia which is a local fashion brand that offers fashion products with casual, trendy and simple designs typical of street style which was founded by Muhammad Sadad in 2010 with a brand called Selected And Co and brand image is an important factor that influencing purchasing decisions in a marketing context. The aim of this research is to analyze the influence of product quality, price, brand on purchasing decisions for the Erigo Brand. This research uses a survey method by distributing questionnaires to a sample of consumers who have used the product and the data obtained will be analyzed using multiple regression analysis techniques. The results obtained from this research are that product quality, price and brand image have a real influence on purchasing decisions for Erigo products. The findings from this research can help companies design more effective marketing strategies, improve service quality to satisfy shopping consumers, and maintain a good image of their brand.

Keywords: fashion, stylish, brandfashion, street style, product quality, brand image and Brand Erigo.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Tuhan yang maha esa, atas segala rahmat dan berkatnya yang melimpah sehingga penulis dapat menyajikan skripsi yang berjudul “PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BRAND ERIGO”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan dan memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Malangkececwara Malang.

Penulis menyadari dalam penulisan dan penyajian skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan masukan yang membangun agar tulisan ini bermanfaat bagi setiap orang yang membutuhkan. Dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang *Marketing Mix*.

Malang, 20 Agustus 2024

Penulis,

Fandro Kristian Nalle

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
BUKTI RISET	iii
RIWAYAT HIDUP.....	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan masalah.....	3
1.3 Tujuan.....	3
1.4 Manfaat penelitian.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Tinjauan teori	4
2.1.1 Kualitas produk.....	4
2.1.2 Harga	5
2.1.3 Citra merek.....	9
2.1.4 Keputusan pembelian.....	10
2.2 Penelitian terdahulu	12
2.3 Model konseptual	15
2.4 Pengembangan hipotesis	16
2.4.1 Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian	16
2.4.2 Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian	16
2.4.3 Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian.....	16
2.4.4 Pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	18
3.1 Jenis penelitian	18

3.2 Objek dan sumber data penelitian	18
3.2.1 Primer	18
3.2.2 Sekunder	19
3.3 Populasi dan sampel	19
3.3.1 Populasi	19
3.3.2 Sampel	19
3.4 Variabel dan definisi operasional	20
3.5 Metode pengumpulan data	22
3.6 Metode analisis dan uji hipotesis	23
3.6.1 Analisis statistik deskriptif	23
3.6.2 Uji validitas	24
3.6.3 Uji reliabilitas	25
3.6.4 Uji asumsi klasik	25
3.6.5 Uji korelasi berganda (R) dan uji determinasi (R ²)	27
3.6.6 Analisis regresi linear berganda	28
3.6.7 Uji statistik	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Gambaran umum perusahaan	30
4.2 Karakteristik responden	30
4.2.1 Jenis kelamin responden	30
4.2.3 Berapa kali membeli produk Erigo	31
4.3 Deskripsi jawaban responden	31
4.3.1 Kualitas produk	31
4.3.2 Harga	32
4.3.3 Citra merek	34
4.3.3 Keputusan pembelian	35
4.4 Metode analisis dan uji hipotesis	36
4.4.1 Analisis statistik deskriptif	36
4.4.2 Uji validitas	38
4.4.3 Uji reliabilitas	39

4.4.4 Uji asumsi klasik	39
4.4.5 Analisis korelasi berganda	43
4.4.6 Analisis regresi linear berganda	44
4.4.7 Pengujian hipotesis	45
4.5 Pembahasan.....	48
BAB V PENUTUP.....	50
5.1 Kesimpulan	50
5.2 Kontibusi penelitian.....	50
5.3 Keterbatasan penelitian.....	51
5.4 Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA	52

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu	12
Tabel 3. 1 Operasionalisasi variabel	21
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin	30
Tabel 4. 3 Berapa Kali Membeli Produk Erigo.....	31
Tabel 4. 4 Deskripsi Jawaban Mengenai Variabel Kualitas Produk	31
Tabel 4. 5 Deskripsi Jawaban Mengenai Variabel Harga	32
Tabel 4. 6 Deskripsi Jawaban Mengenai Variabel Citra Merek	34
Tabel 4. 7 Deskripsi Jawaban Mengenai Variabel Keputusan Pembelian	35
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Deskriptif	37
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas	38
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas.....	39
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinieritas.....	41
Tabel 4. 12 Hasil Uji Autokorelasi	41
Tabel 4. 13 Hasil Pengujian Korelasi Berganda	42
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian Regresi Berganda	44
Tabel 4. 15 Hasil Uji t	46
Tabel 4. 16 Hasil Uji f.....	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 model konseptual	15
Gambar 4. 1 Grafik Pendeteksian Normalitas	40
Gambar 4. 2 Grafik Pendeteksian Heteroskedastisitas.....	42

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lampiran Hasil Analisis Deskriptif	54
Lampiran 2. Lampiran Hasil Uji Validitas	54
Lampiran 3. Lampiran Hasil Uji Reliabilitas.....	55
Lampiran 4. Lampiran Uji Normalitas	55
Lampiran 5. Lampiran Uji Multikolinieritas	55
Lampiran 6. Lampiran Hasil Uji Autokorelasi	55
Lampiran 7. Lampiran Uji Heteroskedastisitas	56
Lampiran 8. Lampiran Hasil Pengujian Korelasi Berganda	56
Lampiran 9. Lampiran Hasil Pengujian Regresi Berganda	56
Lampiran 10. Lampiran Hasil Uji t dan Uji F.....	57