

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK EIGER**

SKRIPSI

Untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi



Disusun oleh:

SHERLY ENJEL ISABELLA TOLLA

Nomor Pokok : K.2020.1.35182

Jurusan : Manajemen

Program Studi : Pemasaran

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)

MALANGKUÇEÇWARA

MALANG

2024

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK EIGER**

SKRIPSI

Untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi



Disusun oleh:

SHERLY ENJEL ISABELLA TOLLA

Nomor Pokok : K.2020.1.35182

Jurusan : Manajemen

Program Studi : Pemasaran

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)

MALANGKUÇEWARA

MALANG

2024

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EIGER

Oleh :

SHERLY ENJEL ISABELA TOLLA

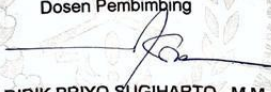
K.2020.1.35182

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal :

02 Agustus 2024 dan dinyatakan LULUS

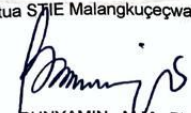
Menyetujui,

Dosen Pembimbing


Drs. DIDIK PRIYO SUGIHARTO, M.M.

Mengetahui,

Ketua STIE Malangkecewara


Drs. BUNYAMIN, M.M., Ph.D.
NIK 202.710.182

Scanned by TapScanner

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, 22 Juli 2024



NPK: K.2020.1.35182

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 : SHERLY ENJEL ISABELLA TOLLA
NPK : K.2020.1.35182
Program Studi : MANAJEMEN
Alamat :
No HP :
E-mail :

menerangkan bahwa mahasiswa STIE Malangkuççwara tersebut telah mengadakan riset dengan data diambil dari : mahasiswa STIE Malangkuççwaraangkatan 2020

Data digunakan untuk menyelesaikan skripsi dengan judul:

“PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EIGER”

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 22 Juli 2024
Dosen pembimbing skripsi,



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

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Yang terhormat Bapak Drs. Bunyamin, MM., Ph.D sebagai ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Malangkecewara.
2. Yang terhormat Ibu Drs. Lindananti, MM sebagai ketua jurusan manajemen.
3. Yang terhormat Bapak Drs. Didik Priyo Sugiharto, M.M. sebagai dosen pembimbing yang telah membimbing saya selama mengerjakan skripsi ini hingga selesai.
4. Yang terhormat Bapak Prof. Dr. Yupono Bagyo, M.M.,S.,CHRP., CPTM sebagai dosen wali yang telah membantu mengarahkan saya selama sedari semester 1 hingga semester 8.
5. Yang terhormat Bapak dan Ibu dosen yang telah memberi ilmu kepada penulis selama kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Malangkecewara Malang.
6. Kedua orang tua saya atas segala kasih sayang, perjuangan, dukungan, motivasi dan doa yang selalu dipanjatkan.
7. Imtinan Eko Prasetyo, sebagai support system, partner dan seseorang yang sangat sabar menemani, mendukung dan berkontribusi dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Sahabat – sahabat saya Widya, Diana, Tenesya, Naura, Anggun, Cellin, Nahdliah yang selalu membantu dan memberi semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman – teman Manajemen kelas A 2020 yang telah memberikan pengalaman dan momen berharga selama hampir 4 tahun.
10. UKM tercinta beserta orang – orang didalamnya Himpas Vignecwara yang telah memberikan ilmu, pengalaman berharga, dan keluarga baru serta momen berharga yang tidak akan bisa saya beli.
11. Semua pihak yang telah memberikan informasi dan bimbingan sehingga penulisan skripsi dapat terselesaikan.
12. Terakhir, terima kasih kepada diri sendiri yang sudah bertahan sejauh ini

dan tetap berjuang pantang menyerah dan mau berusaha untuk mengendalikan diri, meluangkan waktu, meluangkan tenaga untuk menempuh pendidikan hingga skripsi ini terselesaikan.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua yang telah berpengaruh banyak dalam proses penelitian skripsi ini. Penulis mohon maaf dengan harapan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan umumnya kepada pembaca.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan rahmat dan karunia- Mu, penulis dapat menyajikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger.”

Skripsi ini dibuat sebagai akhir dari rangkaian pembelajaran sekaligus sebagai salah satu syarat untuk memenuhi ujian sarjana di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Malangkecewara Malang.

Dalam proses penulisan skripsi ini, banyak sekali tantangan dan hambatan yang dialami penulis. Selama proses penelitian, penulis juga menerima bantuan – bantuan dari pihak lain. Oleh karena itu dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak – pihak sebagai berikut :

1. Yang terhormat Bapak Drs. Bunyamin, MM., Ph.D sebagai ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Malangkecewara.
2. Yang terhormat Ibu Drs. Lindananti, MM sebagai ketua jurusan manajemen.
3. Yang terhormat Bapak Drs. Didik Priyo Sugiharto, M.M. sebagai dosen pembimbing yang telah membimbing saya selama mengerjakan skripsi ini hingga selesai.
4. Yang terhormat Bapak Prof. Dr. Yupo Bagyo, M.M.,S.,CHRP., CPTM sebagai dosen wali yang telah membantu mengarahkan saya selama sedari semester 1 hingga semester 8.
5. Yang terhormat Bapak dan Ibu dosen yang telah memberi ilmu kepada penulis selama kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Malangkecewara Malang.
6. Kedua orang tua saya atas segala kasih sayang, perjuangan, dukungan, motivasi dan doa yang selalu dipanjatkan.
7. Imtinan Eko Prasetyo, sebagai support system, partner dan seseorang yang sangat sabar menemani, mendukung dan berkontribusi dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Sahabat – sahabat saya Widya, Diana, Tenesya, Naura, Anggun, Cellin,

Nahdliah yang selalu membantu dan memberi semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

9. Teman – teman Manajemen kelas A 2020 yang telah memberikan pengalaman dan momen berharga selama hampir 4 tahun.
10. UKM tercinta beserta orang – orang didalamnya Himpas Vignecvara yang telah memberikan ilmu, pengalaman berharga, dan keluarga baru serta momen berharga yang tidak akan bisa saya beli.
11. Semua pihak yang telah memberikan informasi dan bimbingan sehingga penulisan skripsi dapat terselesaikan.
12. Terakhir, terima kasih kepada diri sendiri yang sudah bertahan sejauh ini dan tetap berjuang pantang menyerah dan mau berusaha untuk mengendalikan diri, meluangkan waktu, meluangkan tenaga untuk menempuh pendidikan hingga skripsi ini terselesaikan.

Demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Penulis berharap karya skripsi ini berguna dan dapat memberikan manfaat yang berarti bagi pihak – pihak yang membutuhkan. Atas perhatiannya, penulis mengucapkan terima kasih.

Malang, 23 Agustus 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'SEIM', with a large, stylized 'S' and 'E'.

Sherly Enjel Isabella Tolla

ABSTRAK

Fenomena semakin ketatnya persaingan di dalam dunia bisnis dalam memasarkan produknya kepada konsumen untuk meningkatkan nilai penjualan perusahaan. Salah satunya produk Eiger, yang dikenal dengan kualitas produk yang baik, terutama untuk kebutuhan outdoor dan petualangan. Mahasiswa sering memilih produk Eiger karena daya tahan dan fungsionalitasnya. Selain itu, Eiger memiliki citra sebagai merek lokal yang kuat dan teruji di lapangan, sehingga banyak mahasiswa merasa bangga menggunakan produk Eiger, salah satunya mahasiswa STIE Malangkucecwara. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk Eiger. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kuantitatif, populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa STIE Malangkucecwara angkatan 2020, sampel yang diambil berjumlah 71 orang dengan menggunakan rumus slovin. Metode analisis yang digunakan adalah : uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linear berganda.

ABSTRACT

One such product is Eiger, which is known for its good product quality, especially for outdoor and adventure needs. Students often choose Eiger products for their durability and functionality. Additionally, Eiger has an image as a strong local brand that has been tested in the field, making many students proud to use Eiger products, including students from STIE Malangkecewara. This study aims to determine the influence of brand image, product quality, and price perception on purchasing decisions of Eiger products. This study uses quantitative descriptive analysis; the population used in this study is the incoming class of 2020 at STIE Malangkecewara students, and the sample taken consists of 71 people using the Slovin formula. The analysis methods used are validity test, reliability test, classical assumption test, and multiple linear regression analysis.

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------------------------------|
| LEMBAR PENGESAHAN | Error! Bookmark not defined. |
| PERNYATAAN ORISINALITAS..... | Error! Bookmark not defined. |
| SURAT BUKTI RISET | Error! Bookmark not defined. |
| UCAPAN TERIMA KASIH | Error! Bookmark not defined. |
| KATA PENGANTAR..... | Error! Bookmark not defined. |
| ABSTRAK..... | Error! Bookmark not defined. |
| ABSTRACT..... | Error! Bookmark not defined. |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR TABEL | Error! Bookmark not defined. |
| DAFTAR GAMBAR..... | Error! Bookmark not defined. |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | Error! Bookmark not defined. |
| BAB I | Error! Bookmark not defined. |
| PENDAHULUAN..... | Error! Bookmark not defined. |
| 1.1 Latar Belakang..... | Error! Bookmark not defined. |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | Error! Bookmark not defined. |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | Error! Bookmark not defined. |
| 1.4 Manfaat Penelitian | Error! Bookmark not defined. |
| BAB II | |
| TINJAUAN PUSTAKA..... | Error! Bookmark not defined. |
| 2.1 Tinjauan Teori..... | Error! Bookmark not defined. |
| 2.1.1 Citra Merek | Error! Bookmark not defined. |
| 2.1.2 Kualitas Produk..... | Error! Bookmark not defined. |
| 2.1.3 Persepsi Harga | Error! Bookmark not defined. |
| 2.1.4 Keputusan Pembelian | Error! Bookmark not defined. |
| 2.2 Hubungan Antar Variabel..... | Error! Bookmark not defined. |
| 2.2.1 Hubungan Citra Merek Dengan Kualitas Produk..... | Error! Bookmark not defined. |
| 2.2.2 Hubungan Citra Merek Dengan Persepsi Harga..... | Error! Bookmark not defined. |
| 2.2.3 Hubungan Kualitas Produk Dengan Persepsi Harga | Error! Bookmark not defined. |
| 2.2.4 Hubungan Citra Merek, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Dengan Keputusan Pembelian..... | Error! Bookmark not defined. |
| 2.3 Tinjauan Penelitian Terdahulu..... | Error! Bookmark not defined. |
| 2.4 Model Konseptual Penelitian..... | Error! Bookmark not defined. |

| | | |
|----------------|--|-------------------------------------|
| 2.5 | Pengembangan Hipotesis | Error! Bookmark not defined. |
| BAB III | | |
| | METODE PENELITIAN | Error! Bookmark not defined. |
| BAB IV | | |
| | HASIL PENELITIAN DAN PENELITIAN | Error! Bookmark not defined. |
| 4.1 | Gambaran Umum Objek Penelitian | Error! Bookmark not defined. |
| 4.1.1 | Gambaran Umum PT. Eigerindo | Error! Bookmark not defined. |
| 4.1.2 | Gambaran Umum STIE Malangkececwara | Error! Bookmark not defined. |
| 4.1.3 | Gambaran Umum Responden..... | Error! Bookmark not defined. |
| 4.2 | Analisis Deskriptif | Error! Bookmark not defined. |
| 4.3 | Pengujian Model dan Hipotesis | Error! Bookmark not defined. |
| 4.3.1 | Uji Validitas | Error! Bookmark not defined. |
| 4.3.2 | Uji Reliabilitas | Error! Bookmark not defined. |
| 4.4 | Pengujian Asumsi Klasik | Error! Bookmark not defined. |
| 4.4.1 | Uji Normalitas..... | Error! Bookmark not defined. |
| 4.4.2 | Uji Heterokedasitisitas | Error! Bookmark not defined. |
| 4.5 | Uji Hipotesis | Error! Bookmark not defined. |
| 4.5.1 | Uji t..... | Error! Bookmark not defined. |
| 4.5.2 | Uji F | Error! Bookmark not defined. |
| 4.6 | Koefisien Determinan (R^2) | Error! Bookmark not defined. |
| 4.7 | Analisis Regresi Linear Berganda | Error! Bookmark not defined. |
| 4.8 | Pembahasan | Error! Bookmark not defined. |
| 4.8.1 | Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian..... | Error! Bookmark not defined. |
| 4.8.2 | Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian | Error! Bookmark not defined. |
| 4.8.3 | Pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian. | Error! Bookmark not defined. |
| 4.8.4 | Pengaruh citra merek, kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian..... | Error! Bookmark not defined. |
| BAB V | | |
| | PENUTUP | Error! Bookmark not defined. |
| 5.1 | Kesimpulan | Error! Bookmark not defined. |
| | DAFTAR PUSTAKA | Error! Bookmark not defined. |
| | LAMPIRAN | Error! Bookmark not defined. |
| | Citra Merek (X1)..... | Error! Bookmark not defined. |
| | Kualitas Produk (X2)..... | Error! Bookmark not defined. |
| | Persepsi Harga (X3) | Error! Bookmark not defined. |

| | |
|--------------------------------------|-------------------------------------|
| Keputusan Pembelian (Y)..... | Error! Bookmark not defined. |
| Citra Merek (X1)..... | Error! Bookmark not defined. |
| Kualitas Produk (X2)..... | Error! Bookmark not defined. |
| Persepsi Harga (X3) | Error! Bookmark not defined. |
| Keputusan Pembelian (Y)..... | Error! Bookmark not defined. |
| Statistik Deskriptif | Error! Bookmark not defined. |
| Uji Validitas..... | Error! Bookmark not defined. |
| Uji Reliabilitas | Error! Bookmark not defined. |
| Uji Normalitas..... | Error! Bookmark not defined. |
| Uji Heterokedastisitas | Error! Bookmark not defined. |
| Uji t..... | 75 |
| Uji F..... | 75 |
| Koefisien Determinan (R^2) | Error! Bookmark not defined. |
| Analisis Linear Berganda | Error! Bookmark not defined. |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu | 23 |
| Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel..... | 31 |
| Tabel 3. 2 Skala Likert | 36 |
| Tabel 4. 1 Berdasarkan Gender | 42 |
| Tabel 4. 2 Berdasarkan Usia | 43 |
| Tabel 4. 3 Analisis Deskriptif | 44 |
| Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Citra Merek (X3)..... | 45 |
| Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X2) | 45 |
| Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Persepsi Harga (X3) | 46 |
| Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)..... | 46 |
| Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas | 47 |
| Tabel 4. 9 Uji Normalitas | 48 |
| Tabel 4. 10 Uji Heterokedastisitas | 50 |
| Tabel 4. 11 Uji t..... | 51 |
| Tabel 4. 12 Uji F | 52 |
| Tabel 4. 13 Koefisien Determinan..... | 53 |
| Tabel 4. 14 Analisis Linear Berganda..... | 54 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual | 27 |
| Gambar 4. 1 Grafik Uji Normalitas | 49 |
| Gambar 4. 2 Grafik Uji Heterokedastisitas | 50 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|----|
| Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian..... | 62 |
| Lampiran 2 Tabel Distribusi..... | 67 |
| Lampiran 3 Output Data SPSS..... | 74 |