

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA MEREK
H&M DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen



Diajukan Oleh :

MAHILDA PUTRI DAMAYANTI

NPM : 19420040

MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOM DAN BISNIS

UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA

2022

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mahilda Putri Damayanti
NPM : 19420040
Alamat : Pelem Watu RT. 01 RW.01 Menganti Gresik
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA MEREK H&M DI SURABAYA”** bukan merupakan plagiasi atau saduran dari skripsi orang lain. Apabila kemudia hari pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 13 Februari 2023

Yang membuat pernyataan



(MAHILDA PUTRI DAMAYANTI)

NPM : 19420040

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA MEREK
H&M DI SURABAYA**

Diajukan oleh :

MAHILDA PUTRI DAMAYANTI

NPM : 19420040

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Drs. Ec Redy Eko Hari Suprpto, MM

Tanggal, **3** Januari 2023

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Kristiningsih., SE., Msi

Tanggal, **30** Januari 2023

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA MEREK
H&M DI SURABAYA**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

MAHILDA PUTRI DAMAYANTI

NPM : 19420040

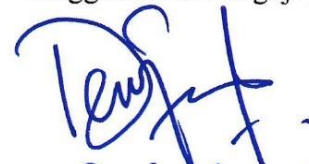
Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama



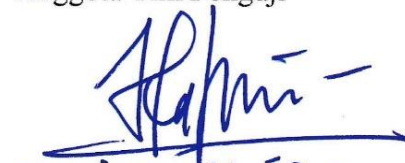
Drs. Ec Redy Eko Hari Suprpto, MM

Anggota Tim Penguji



Dewi Nuraini, SE, MSM

Anggota Tim Penguji



TRI TOHHO P. SE, MM.

Skripsi Ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan

30 Januari 2023

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Tanggal,

Dr. Kristiningsih, SE., M.Si.



Ketua Program Studi Manajemen

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang alhamdulillah telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA MEREK H&M DI SURABAYA”**. Dengan melalui proses dan pengalaman yang luar biasa tidak mudah, sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana (S1) jurusan Manajemen Bisnis Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan sangat berterimakasih kepada :

1. Allah SWT, yang selalu mempermudah dan melancarkan penulis dalam segala hal khususnya dalam pengerjaan skripsi ini.
2. Bapak Prof. DR. H Widodo Ario K. Sp., THT – KL, selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM., M.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Ibu Dr. Kristiningsih, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
5. Bapak Wiwik Herawati, MM selaku Dosen Wali yang telah banyak membantu saya memberikan arahan dan nasihat dari awal perkuliahan.

6. Bapak Drs. Ec. Redy Eko Hari Suprpto, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan banyak waktunya untuk memberikan bimbingan serta memberikan pengarahan dalam penyelesaian skripsi.
7. Staff pengajar Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang tak ternilai selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
8. Ayahanda Nuri dan Ibunda Sri Utami serta Adik tercinta, Galih Satya Pramana dan Etha Patricia yang selalu memberikan semangat serta doa dalam mengerjakan skripsi supaya cepat selesai, dan mengajarkan untuk menomorsatukan pendidikan.
9. Keluarga besar, dari ayah maupun ibu, yang telah memberikan motivasi serta doa.
10. Seluruh responden penelitian yang telah membantu meluangkan waktu dan pikirannya dalam mengisi kuisioner penelitian ini, serta pihak-pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu atas waktu dan doa kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi ini.
11. Teman-teman manajemen A angkatan 2019.
12. Teman seperbimbingan Niken, Regita, Charissa, Anisa, Yahya.
13. Andina Mayang Sari, Etha Patricia, Eva Oktaviani Putri dan Niken Ayu Gabriella Efenti my partner in exchanging ideas as well as a support system that has provided a lot of experience, motivation, prayer, and support in the process of completing my thesis
14. Rheyndha Wahyuningtias Elvizar and Augusto Putra Raga, being with you guys is one of the best things that has ever happened to me. Thank you for always

being there for me through my ups and downs. Thank you for always appreciating me and all your support.

15. Muhammad Iqbal Maulana, thank you for always giving me positive energy.

Your positive energy means a lot. Now, we have finished what must be done.

You and I deserve the world.

16. I want to say thank you for myself, thank you for always doing well, all this

hard work. Thank you for having no days off, for never quitting, and thank you

for always being me. Thank you for always being strong every day and trusting

God on all worries. Flowers need time to bloom so do I. Hilda, you did well.

Demikian kata pengantar sebagai pembuka dari skripsi ini. Dalam skripsi ini penulis menyadari masih banyak kekurangan. Maka Dari itu penulis menerima kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan penulisan. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi banyak pihak. Terima kasih.

Surabaya, 14 Januari 2022

Penulis

(MAHILDA PUTRI DAMAYANTI)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
SUSUNAN DEWAN PENGUJI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAKSI	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Sistematika Penulisan	12
BAB II TELAAH PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 Definisi Pemasaran	14
2.1.2 Definisi Manajemen Pemasaran	15
2.1.3 Definisi Keputusan Pembelian.....	17
2.1.4 Proses Keputusan Pembelian	18
2.1.5 Indikator Keputusan Pembelian.....	20

2.1.6 Faktor-Faktor Keputusan Pembelian	21
2.1.7 Definisi Citra Merek	26
2.1.8 Faktor-Faktor Pembentuk Citra Merek.....	26
2.1.9 Indikator Citra Merek	27
2.1.10 Definisi Kualitas Produk.....	28
2.1.11 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kualitas Produk.....	29
2.1.12 Indikator Kualitas Produk.....	33
2.1.13 Definisi Harga.....	34
2.1.14 Faktor-faktor yang mempengaruhi Harga.....	35
2.1.15 Indikator Harga	35
2.2. Teori Hubungan Antar Variabel	36
2.3 Penelitian Terdahulu	39
2.4 Hipotesis dan Model Penelitian	42
2.4.1 Hipotesis	42
2.4.2 Metode Penelitian	43
BAB III METODE PENELITIAN.....	44
3.1 Pendekatan Penelitian	44
3.2 Populasi dan Sampel.....	44
3.2.1 Populasi.....	44
3.2.2 Sampel	45
3.3 Identifikasi Variabel.....	46
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	47
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	50
3.5.1 Data Primer	50
3.5.2 Data Sekunder.....	50

3.6	Prosedur Pengumpulan Data.....	51
3.7	Teknik Analisis Data.....	52
3.7.1	Uji Validitas.....	53
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	53
3.8	Uji Analisis Linier Berganda.....	54
3.9	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	55
3.10	Uji Hipotesis.....	55
3.10.1	Uji t.....	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		57
4.1	Gambaran Umum H&M.....	57
4.1.1	H&M Di Surabaya.....	58
4.2	Hasil Penelitian.....	58
4.2.1	Karakteristik Responden.....	58
4.2.2	Jawaban Responden.....	60
4.2.2.1	Citra Merek (X1).....	60
4.2.2.2	Kualitas Produk (X2).....	63
4.2.2.3	Harga (X3).....	65
4.2.2.4	Keputusan Pembelian Harga (Y).....	67
4.3	Hasil Uji Instrumen.....	70
4.3.1	Hasil Uji Validitas.....	70
4.3.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	72
4.4	Hasil Uji Model.....	73
4.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	73
4.4.2	Hasil Uji Koefisien Determinasi R Square (R^2).....	75
4.4.3	Hasil Uji Hipotesis.....	76

4.4.2.3.1 Hasil Uji T	76
4.5 Pembahasan	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	85
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Saran	85
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	86
DAFTAR PUSTAKA	88

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Ringkasan Research GAP Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	8
Tabel 1.2 Ringkasan Research GAP Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	9
Tabel 1.3 Ringkasan Research GAP Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	10
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	39
Tabel 3.1 Referensi Kuisioner.....	48
Tabel 3.2 Pemberian Skor Untuk Kuisioner	52
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	59
Tabel 4.2 Jawaban Responden Variabel Citra Merek	60
Tabel 4.3 Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk	63
Tabel 4.4 Jawaban Responden Variabel Harga.....	65
Tabel 4.5 Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	68
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas.....	71
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	72
Tabel 4.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	75
Tabel 4.9 Hasil Uji t.....	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Top 10 Most Valuable Fashion Brand in 2022	4
Gambar 1.2 10 Merek Industri Pakaian Teratas.....	5
Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan	18
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	43
Gambar 4.1 Kurva Distribusi Uji t (X1)	77
Gambar 4.1 Kurva Distribusi Uji t (X2)	79
Gambar 4.3 Kurva Distribusi Uji t (X3)	80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	90
Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden.....	93
Lampiran 3 SPSS Uji Validitas	106
Lampiran 4 SPSS Uji Reliabilitas.....	108
Lampiran 5 SPSS Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	112
Lampiran 6 SPSS Uji t	114
Lampiran 7 Tabel t	115
Lampiran 8 Tabel r.....	116
Lampiran 9 Deskripsi Data	117

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada merek H&M di Surabaya. Populasi dalam penelitian ini adalah warga surabaya yang merupakan konsumen dan menggunakan fashion merek dari H&M serta mempunyai keputusan pembelian merek H&M di Surabaya. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 120 orang. Dalam penelitian ini menggunakan metode jenis *Non probability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yang artinya pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dnegan kriteria yang diinginkan untuk menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. Yang menjadi pertimbangan dalam penentuan sampe ini yaitu warga surabaya minimal berusia 17 tahun dan merupakan konsumen fashion merek H&M. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis Regresi Linier Berganda yang dioperasikan melalui program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada merek H&M di Surabaya, variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada merek H&M di Surabaya, begitu juga dengan variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada merek H&M di Surabaya.

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

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of brand image, product quality, and price variables on consumer purchasing decisions for the H&M brand in Surabaya. The population in this study is Surabaya residents who are consumers, use the fashion brand H&M, and have a purchasing decision for the H&M brand in Surabaya. The sample used in this study amounted to 120 people. In this study, we used a type of non-probability sampling method using a purposive sampling technique, which means taking samples using certain considerations in accordance with the desired criteria to determine the number of samples to be studied. The consideration in determining this sample is that Surabaya residents are at least 17 years old and are consumers of H&M brand fashion. The data analysis technique used in this study is multiple linear regression analysis, which is operated through the SPSS program. The results showed that the brand image variable had a positive and significant effect on consumer purchasing decisions on the H&M brand in Surabaya, the product quality variable had a positive and significant effect on consumer purchasing decisions on the H&M brand in Surabaya, and the price variable had a positive and significant effect on consumer purchasing decisions on the H&M brand in Surabaya.

Keywords: brand image, product quality, price, purchase decision.