

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
CASUALCULTURE.CO**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Oleh :

GAGAS NAUFAL OKTO VAGARY

NPM :17420086

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
2023**

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Gagas Naufal Okto Vagary
NPM : 17420086
Alamat : Jl Sumber Mulyo V No 28a Surabaya
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CASUALCULTURE.CO (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)** bukan merupakan plagiasi atau saduran dari skripsi orang lain. Apabila kemudian 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, 12 Januari 2023

Yang membuat pernyataan,

Gagas Naufal Okto Vagary
NPM. 17420086

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
CASUALCULTURE.CO**

(Studi Kasus Pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)

Oleh:

GAGAS NAUFAL OKTO VAGARY

NPM : 17420086

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Dr. SITI DJAMILAH, SE, M.Si

Tanggal 23 . Januari 2023

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. KRISTININGSIH, SE, M.Si

Tanggal 23 . Januari 2023

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
CASUALCULTURE.CO**

(Studi Kasus Pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)

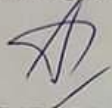
Dipersiapkan dan disusun oleh:

GAGAS NAUFAL OKTO VAGARY

NPM : 17420086

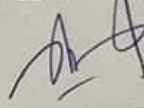
Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama



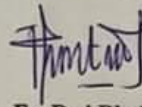
Dr. Siti Djamilah, SE, M.Si

Anggota Dewan Penguji



Atty Erdiana, SE, M.Ak.

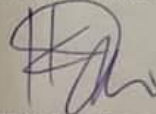
Anggota Dewan Penguji



Dr. Drs. Ec. Dwi Bhakti Iriantini, M.Si

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi

Tanggal 25, Januari 2023



Dr. KRISTININGSIH, SE, M.Si
Ketua Program Studi

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat Rahmat dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Casualculture.Co (Studi Kasus Pada Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma).. Skripsi ini meneliti pengaruh variabel bebas yang terdiri dari harga, promosi, kepercayaan dan kualitas produk.Terhadap variabel terikat yang berupa Variabel keputusan pembelian. Populasinya adalah Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Analisis menggunakan regresi linier berganda hipotesis diuji dengan uji t. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Selama penelitian dan penyusunan skripsi ini banyak sekali hambatan yang penulis alami, namun berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak akhirnya terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono dr.SP, THT-KL.,(K),FICS selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM., M.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Dr. Kristiningsih, SE., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

4. Ibu Dr. Siti Djamilah, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah dengan baik dan sabar dalam membimbing penulis untuk Menyusun skripsi dengan baik.
5. Ibu Dr. Drs. Ec Dwi Bhakti Iriantini, M.Si selaku dosen wali.
6. Kedua Orang tua tercinta atas jasa-jasanya dalam segala hal yang dapat mendidik, memberi ilmu yang tak terbatas serta cinta dan kasih sayangnya bagi penulis.
7. Semua pihak yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semuanya. Demikian kata pengantar ini sebagai pembuka dari skripsi. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat.

Surabaya, 12 Januari 2023

Penulis

DAFTAR ISI

COVER	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTART TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK.....	xii
i	
ABSTRACT	xi
v	
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Sistematika Skripsi	5
BAB II TELAAH PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Perilaku Konsumen	7
2.1.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen	7
2.1.1.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	8
2.1.2 Citra Merek	8
2.1.2.1 Pengertian Merek	8
2.1.2.2 Faktor-faktor Citra Merek	10
2.1.2.3 Indikator Citra Merek	11
2.1.3 Kualitas Produk	11
2.1.3.1 Pengertian Produk	11
2.1.3.2 Pengertian Kualitas Produk	12
2.1.3.3 Dimensi Kualitas Produk	12
2.1.3.4 Indikator Kualitas Produk	14

2.1.4 Harga	15
2.1.4.1 Definisi Harga	15
2.1.4.2 Metode Penetapan Harga	16
2.1.4.3 Tujuan Penetapan Harga	17
2.1.4.4 Indikator Harga	19
2.1.5 Keputusan Pembelian	20
2.1.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian	20
2.1.5.2 Tahap-tahap dalam Proses Keputusan Pembelian	20
2.1.5.3 Dimensi Keputusan Pembelian	21
2.1.5.4 Indikator Keputusan Pembelian	24
2.1.5.5 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	25
2.1.5.6 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	26
2.1.5.7 Pengaruh Variabel Harga Terhadap Keputusan Pembelian	26
2.2 Penelitian Sebelumnya	28
2.3 Hipotesis dan Model Analisis	31
2.3.1 Hipotesis	31
2.3.2 Model Analisis	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Pendekatan Penelitian.....	32
3.2 Populasi dan Sampel	33
3.2.1 Populasi	33
3.2.2 Sampel	33
3.3 Identifikasi Variabel	34
3.4 Definisi Operasional Variabel	35
3.5 Jenis dan Sumber Data	37
3.5.1 Jenis Data	37
3.5.2 Sumber Data	37
3.6 Prosedur Pengumpulan Data	38
3.7 Teknik Analisis Data	39
3.7.1 Uji Validitas	39
3.7.2 Uji Reliabilitas	39
3.7.3 Analisa Regresi Linier Berganda	40
3.7.4 Uji Hipotesis (Uji t)	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42

4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	42
4.1.1	Sejarah Singkat Casual Culture.co	42
4.2	Karakteristik Responden	43
4.3	Hasil Uji Validitas dan Reliabilits	45
4.3.1	Hasil Uji Validitas	45
4.3.2	Hasil Uji Reliabilitas	47
4.4	Hasil Uji Hipotesis	48
4.4.1	Hasil Uji kelayakan model (Uji F)	48
4.4.2	Uji t	49
4.5	Hasil Persamaan Regresi Linear Berganda	50
4.6	Pembahasan	52
4.6.1	Citra Merek Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian.	52
4.6.2	Kualitas Produk Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian.	52
4.6.3	Harga Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pembelian Produk Casual Culture.Co	53
BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN.....		54
5.1	Simpulan	54
5.2	Saran	54
5.3	Keterbatasan Penelitian	55
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN - LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa FEB UWKS	33
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	44
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Prodi	44
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan atau Uang Saku Perbulan	45
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas	46
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas	48
Tabel 4.7 Hasil Uji F	49
Tabel 4.8 Hasil Uji t	49
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahapan-tahapan Proses Pengembalian Keputusan Pembelian	20
Gambar 2.2 Model Penelitian	31

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Input Data Penelitian (SPSS)

Lampiran 3 Hasil Olah Data (SPSS)

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan mengetahui pengaruh citra produk, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Casualculture.co. Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif berupa data diukur dengan skala numerik. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya dengan sampel sebanyak 100 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui survei online dengan menggunakan media *google forms*. Uji instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan uji reliabilitas yang menunjukkan bahwa semua variabel valid dan reliabel. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa brand image tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Casual Culture.co. Sedangkan variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Casual Culture.co. Demikian juga variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Casual Culture.co.

Kata Kunci : Citra merek, kualitas produk, harga, keputusan pembelian

ABSTRACT

The purpose of this study was to test and determine the effect of product image, product quality and price on the purchasing decision of Casualculture.co. The approach used in this study is quantitative in the form of data measured on a numerical scale. The population in this study were economics students at Wijaya Kusuma University, Surabaya with a sample of 100 respondents. Data collection was carried out through online surveys using Google Forms media. Test instruments used in this study are validity and reliability tests which show that all variables are valid and reliable. The analysis technique used is multiple linear regression. The results of the study show that brand image has no significant effect on purchasing decisions for Casual Culture.co products. Meanwhile, product quality variables have a significant effect on purchasing decisions for Casual Culture.co products. Likewise, the price variable has a significant effect on the decision to purchase Casual Culture.co products..

Keywords: *Brand image, product quality, price, purchase decision*

