

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

**(Studi Pada Konsumen Richeese Factory Tunjungan Plaza Surabaya)**

**SKRIPSI**

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



**Diajukan Oleh:**

**BELLA CHARISMA KURNIAWAN**

**NPM:16420093**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA  
2021**

**SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

**Nama : Bella Charisma Kurniawan**  
**NPM : 16420093**  
**Alamat : Petemon Kuburan 30-C**  
**Program Studi : Manajemen**  
**Fakultas : Ekonomi dan Bisnis**

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Konsumen Richeese Factory Tunjungan Plaza Surabaya)**" adalah bener-bener karya saya sendiri dan bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti bener maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 15 Maret 2021..

Yang membuat pernyataan



(Bella Charisma Kurniawan)

NPM : 16420093

**SKRIPSI**

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

**(Studi Pada Konsumen Richeese Factory Tunjungan Plaza Surabaya)**

**Diajukan oleh:**

**BELLA CHARISMA KURNIAWAN**

**NPM : 16420093**

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH**

**DOSEN PEMBIMBING**



**MATHEOUS TAMONSANG, SE., M.Si**

Tanggal, 15 Januari 2021

**KETUA PROGRAM STUDI**



**Dr. SITI DJAMILAH, SE., M.Si**

Tanggal, 15 Januari 2021

Skripsi

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

(Studi Pada Richeese Factory Tunjungan Plaza Surabaya)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**BELLA CHARISMA KURNIAWAN**  
NPM: 16420093

Susunan Dewan penguji

Rembimbing Utama

Ketua Dewan Penguji

MATHEOUS TAMONSANG, SE., M.Si Dr. SANTIRIANINGRUM S,SE., M.Com

Anggota Dewan Penguji

Drs. Ec. RÉDY EKO HS., MM

Skripsi ini diterima sebagai salah satu pernyataan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tanggal .....

Dr. SITI DJAMILAH, SE., M.Si  
Ketua Program Studi

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan anugerah kasih-Nya maka skripsi yang berjudul **“PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Konsumen Richeese Factory Tunjungan Plaza Surabaya)”** Dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada S-1 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan, hal ini disebabkan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis. Untuk itu kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu hingga terselesaiannya skripsi ini. Terimakasih yang mendalam penulis persembahkan untuk:

1. Bapak Prof. H. Sri Harmadji, dr.Sp.THT-KL(K), selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Gimanto Gunawan,Drs,Ec,MM,M.Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

3. Ibu Siti Djamilah, SE., M.Si Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Ibu Atty Erdiana SE, M.Ak. selaku Dosen Wali yang telah banyak membantu saya.
5. Bapak Matheous Tamonsang, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan, bantuan, arahan, dan saran, dalam proses penyusunan skripsi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah banyak memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama menuntut ilmu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
7. Seluruh Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah banyak membantu memberikan informasi kepada penulis.
8. Teristimewa, Mama dan Papa yang selalu mendoakan dan selalu memberikan dukungan kepada penulis. Terimakasih untuk kasih saying, doa, cinta, dan nasihat yang tidak pernah usai.
9. Terimakasih buat kakak saya Faizal Gery Arif Kurniawan dan Soeyatmi Indarparamita yang sudah mendukung saya.
10. Untuk seluruh teman-teman seperjuangan dan seangkatan Manajemen C Angkatan 2016, terimakasih atas bantuan doa, semangat, serta kebahagiaan dan juga keceriaan selama masa perkuliahan.

11. Untuk orang yang selalu mendampingi saya Nur Tri Wijaya terimakasih selalu memberi saya semangat dan menemani saya dalam segala keadaan.
12. Untuk Yuninda Andri Vitasari terimakasih atas dukungannya, bantuannya, dan sudah menjadi sahabat yang baik selama ini.
13. Kepada teman-teman terkhusus Andini, Fitri, Nyaa, Nisa terimakasih sudah menjadi teman seperjuangan saya dan sukses selalu untuk kita semua.
14. Untuk teman terdekat saya yang ada di rumah Ntuss dan Rani terimakasih selalu kasih semangat tiada henti agar bisa cepet lulus perkuliahan ini.
15. Untuk hamba Allah yang sudah banyak membantu saya dalam pengerjaan skripsi ini.

Surabaya, 15 January 2021

Penulis

Bella Charisma Kurniawan

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERTANYAAN BEBAS PLAGIAT .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN SUSUNAN DEWAN PENGUJI .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>ABSTRAKSI .....</b>	<b>xvii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	8

1.4 Manfaat Peneliatn .....	8
1.5 Sistematika Skripsi .....	9
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA .....</b>	<b>12</b>
2.1 Landasan Teori .....	12
2.1.1 Pemasaran .....	12
2.1.1.1 Konsep Pemasaran .....	13
2.1.2 Citra Merek .....	14
2.1.2.1 Indikator Citra Merek .....	16
2.1.3 Kualitas Produk .....	17
2.1.3.1 Indikator Kualitas Produk .....	18
2.1.3.2 Dimensi Kualitas Produk .....	19
2.1.3.3 Atribut Produk .....	20
2.1.3.4 Klasifikasi Produk .....	22
2.1.4 Harga .....	25
2.1.4.1 Penetapan Harga .....	27
2.1.4.2 Tujuan Penetapan Harga .....	28
2.1.4.3 Indikator Harga .....	30

2.1.5 Keputusan Pembelian .....	30
2.1.5.1 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian... ..	31
2.1.5.2 Tahapan-tahapan Proses Pengambilan Keputusan Pembelian ..	32
2.1.5.3 Tingkat Pengambilan Keputusan .....	34
2.1.5.4 Indikator Keputusan Pembelian .....	35
2.2 Hubungan Antar Variabel .....	36
2.2.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	36
2.2.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian ...	37
2.2.3 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	38
2.3 Penelitian Terdahulu .....	39
2.4 Hipotesis dan Model Analisis .....	41
2.4.1 Hipotesis .....	41
2.4.2 Model Analisis .....	42
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>43</b>
3.1 Pendekatan Penelitian .....	43
3.2 Populasi dan Sampel .....	43
3.2.1 Populasi .....	43

3.2.2 Sampel .....	44
3.3 Identifikasi Variabel .....	45
3.4 Definisi Operasional Variabel .....	46
3.5 Jenis dan Sumber Data .....	49
3.6 Metode Pengumpulan Data .....	50
3.7 Teknik Analisis Data .....	51
3.8 Metode Analisis Data .....	52
3.8.1 Uji Instrumen .....	52
3.8.1.1 Uji Validitas .....	53
3.8.1.2 Uji Reliabilitas .....	53
3.8.2 Uji Asumsi Klasik .....	54
3.8.2.1 Uji Normalitas .....	54
3.8.2.2 Uji Multikolinearitas .....	55
3.8.2.3 Uji Heterokedastisitas .....	55
3.8.3 Uji Regresi .....	56
3.8.4 Pengujian Hipotesis .....	57
3.8.4.1 Uji T .....	57

3.8.4.2 Uji F .....	58
3.8.5 Analisis Koefisien Determinasi .....	59
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>61</b>
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	61
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian .....	63
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden .....	63
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian .....	65
4.3 Uji Instrumen Penelitian .....	68
4.4 Uji Asumsi Klasik .....	70
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda .....	74
4.6 Uji Koefisien Determinasi .....	75
4.7 Uji Statistik F .....	76
4.8 Pengujian Hipotesis .....	77
4.9 Pembahasan .....	78
4.9.1 Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian .....	78
4.9.2 Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian .....	79
4.9.3 Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian .....	80

<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>81</b>
5.1 Simpulan .....	81
5.2 Saran .....	81
5.3 Keterbatasan .....	82

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1	Top Brand Index .....	5
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	39
Tabel 3.1	Skor Pilihan Jawaban .....	51
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden .....	64
Tabel 4.2	Usia Responden .....	64
Tabel 4.3	Tanggapan Responden Terhadap Citra Merek .....	66
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk .....	66
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Terhadap Harga .....	67
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian .....	68
Tabel 4.7	Tanggapan Hasil Uji Validitas .....	69
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas .....	70
Tabel 4.9	Hasil Uji Normalitas .....	71
Tabel 4.10	Hasil Uji Multikolinieritas .....	72
Tabel 4.11	Uji Regresi Berganda .....	74
Tabel 4.12	Hasil Uji Koefisien Determinasi dan Koefisien Korelasi Berganda	75
Tabel 4.13	Hasil Uji F .....	76
Tabel 4.14	Hasil Uji T .....	77

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1	Model Analisis .....	42
Gambar 4.1	Hasil Uji Normalitas Grafik P-Plot .....	71
Gambar 4.2	Hasil Pengujian Heteroskedastisitas Scatterplot .....	73

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Data Tabulasi Jawaban Responden
- Lampiran 3 : Data Tanggapan Responden
- Lampiran 4 : Data Karakteristik Responden
- Lampiran 5 : Hasil Kategori Variabel
- Lampiran 6 : Hasil Uji Validitas
- Lampiran 7 : Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 8 : Hasil Uji Regresi Linier Berganda dan Hasil Uji Asumsi Klasik

## **ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen Richeese Factory Tunjungan Plaza Surabaya. Untuk mencapai tujuan tersebut metode penelitian yang digunakan bersifat kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, dan jumlah sampel yang digunakan adalah 100 responden.

Untuk variabel bebas (X) dari penilitian ini adalah citra merek (X1), kualitas produk (X2), dan harga (X3). Untuk variabel terikat (Y) dari penilitian ini adalah keputusan pembelian (Y). Untuk metode analisis data dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Sedangkan untuk olah data dengan menggunakan program SPSS.

Hasil analisis menunjukkan bahwa berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada Richeese Factory Tunjungan Plaza Surabaya citra merek, kualitas produk, dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: *Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Keputusan Pembelian*

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of brand image, product quality, and price on purchasing decisions on Richeese Factory Tunjungan Plaza Surabaya consumers. To achieve these objectives the research method used is quantitative. The sampling technique in this study was a non-probability sampling technique with a purposive sampling method, and the number of samples used was 100 respondents.*

*For the independent variable (X) from this study are brand image (X1), product quality (X2), and price (X3). For the dependent variable (Y) from this research is the purchase decision (Y). For data analysis methods using multiple linear regression analysis. As for data processing using the SPSS program.*

*The results of the analysis show that based on the results of research conducted at Richeese Factory Tunjungan Plaza Surabaya, brand image, product quality, and price have a significant effect on purchasing decisions.*

*Keywords:* Brand Image, Product Quality, Price, and Purchase Decision