

SKRIPSI

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP MINAT BELI PRODUK ERIGO (Studi Kasus Pada Masyarakat Millennial Kota Ponorogo)



Nama : Finsa Renaldho

NIM : 19415026

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2022

SKRIPSI**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN
CELEBRITY ENDORSER TERHADAP MINAT BELI PRODUK
ERIGO (Studi Kasus Pada Masyarakat Millennial Kota Ponorogo)**

ISAMUUL DEPAN

“Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagai syarat-syarat guna
memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo”

Nama : Finsa Renaldho

NIM : 19415026

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2022

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN
CELEBRITY ENDORSER TERHADAP MINAT BELI PRODUK
ERIGO (Studi Kasus Pada Masyarakat Millennial Kota Ponorogo)

Nama : Finsa Renaldho

NIM : 19415026

Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 2 Agustus 2022

Dosen Pembimbing 1



(Riawan, S.Pd., MM.)
NIDN.0705128502

Dosen Pembimbing 2



(Premi Wahyu Widvaningrum, S.AB., M.AB)
NIDN.0711128403

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi



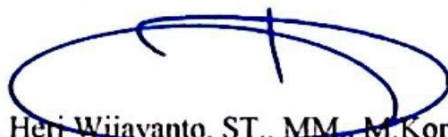
(Pladi Sumarsono, SE., M.Si.)
NIP.19760508 200501 1 002

Dosen Penguji 1



(Riawan, S.Pd., MM.)
NIDN.0705128502

Dosen Penguji 2



(Dr. Heri Wijayanto, ST., MM., M.Kom)
NIDN.0025057401

Dosen Penguji 3



(Titi Rapini, SE., MM.)
NIDN.0005056301

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam dan isinya serta shalawat dan salam bagi Nabi Muhammad SAW beserta para sahabatnya. Terima kasih atas segala karunia dan limpahan rahmat, taufik, hidayah serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP MINAT BELI PRODUK ERIGO (Studi Kasus Pada Masyarakat Millennial Kota Ponorogo)” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada jurusan manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Penulis menyadari bahwa terselesainya penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan serta do'a dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Ibu Naning Kristiyana, SE., MM selaku Kaprodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Ibu Premi Wahyu Widyaningrum, S.AB., M.AB., dan Bapak Riawan, S.Pd., MM., selaku dosen pembimbing 2 dan dosen pembimbing 1, terima kasih atas segala bimbingan, nasihat, dorongan serta waktu yang diberikan untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi.
4. Seluruh Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah banyak memberikan ilmu yang bermanfaat.
5. Seluruh Staff Akademik Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo khususnya Program Studi Manajemen.

6. Ayah dan Bunda yang selalu mendoakan dengan sabar serta meridhoi dan mendukung seluruh jalan yang ditempuh. Terimakasih untuk dukungan moril maupun materil yang diberikan sehingga mampu menyelesaikan studi.
7. Saudaraku Monica Ardesia dan Meliana Viska Antari sebagai adik-adik yang selalu ada saat dibutuhkan dan selalu memberikan suport dengan sepenuh hati.
8. Pasangan saya Linie Prisma Suganda yang sudah mendukung dan memberikan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
9. Teman-teman satu kelas Manajemen K-1 terimakasih sudah memberikan dan mengukir memori yang sangat indah empat tahun terakhir ini. Terimakasih sudah menjadi bagian dan kenangan yang indah di hidup saya.
10. Pihak-pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan baik langsung maupun tidak langsung.

Penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari semua pihak dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembacanya. Amin.

Ponorogo, 9 Juli 2022



FINSA RENALDHO

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Yesterday is history, today is reality, and tomorrow is mystery...

Maka, kerjakanlah untuk duniamu seakan-akan kamu hidup selamanya, dan kerjakanlah untuk akhiratmu seakan-akan kamu meninggal dunia besok pagi

(H.R. Bukhori dan Muslim)

Dan diajarkan pula dalam lembaran-lembaran kitab suci itu bahwa manusia hanya memperoleh apa yang telah diusahakannya, dan usahanya yang baik atau buruk tidak akan dihilangkan.

(An-Najm Ayat 39)

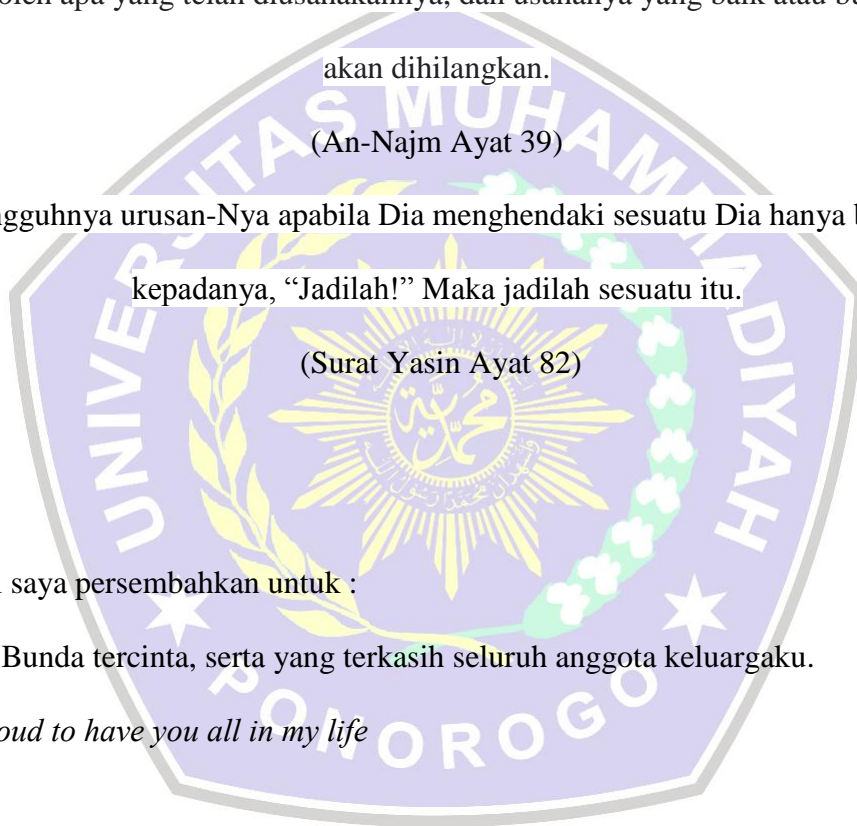
Sesungguhnya urusan-Nya apabila Dia menghendaki sesuatu Dia hanya berkata kepadanya, “Jadilah!” Maka jadilah sesuatu itu.

(Surat Yasin Ayat 82)

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

Ayah dan Bunda tercinta, serta yang terkasih seluruh anggota keluargaku.

I'm so proud to have you all in my life



PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI) dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 9 Juli 2022



FINSA RENALDHO

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	II
HALAMAN PENGESAHAN	II
KATA PENGANTAR	I
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	IV
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN	ERROR!
BOOKMARK NOT DEFINED.	
DAFTAR ISI	VI
BAB I PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. PERUMUSAN MASALAH	6
C. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN	7
1. Tujuan Penelitian	7
2. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. LANDASAN TEORI	8
1. Pemasaran	8
2. Keputusan Pembelian	9
3. <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran)	15
4. Minat Beli Konsumen	18
5. Persepsi Harga	19
6. Kualitas Produk	22
7. Celebrity endoser	24
8. Minat Beli Produk	26
B. PENELITIAN TERDAHULU	28
C. KERANGKA PEMIKIRAN	32
D. HIPOTESIS	33
BAB III METODE PENELITIAN	36
A. RUANG LINGKUP PENELITIAN	36

B. POPULASI DAN SAMPEL	36
1. Populasi	36
2. Sampel	37
C. TEKNIK PEGAMBILAN DATA	38
D. JENIS PENELITIAN.....	39
1. Data Primer.....	39
2. Data Sekunder	39
E. DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL.....	40
1. Variabel Independen.....	40
2. Variabel Dependen	41
F. METODE ANALISIS DATA.....	42
1. Uji Instrumen.....	42
2. Alat Analisis Data	44
3. Uji Hipotesis.....	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
A. HASIL PENELITIAN	48
1. Analisis Deskriptif.....	48
a. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	48
b. Gambaran Umum Responden	49
c. Deskripsi Variabel Penelitian.....	50
d. Deskripsi Variabel Persepsi Harga (X1)	51
e. Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X2)	53
f. Deskripsi Variabel <i>Celebrity Endorser</i> (X3)	55
g. Deskripsi Variabel Minat Beli Produk (Y)	57
2. Hasil Pengujian Instrumen	58
a. Uji Validitas	58
b. Uji Reliabilitas.....	59
3. Hasil Pengujian Hipotesis	60
a. Analisis Regresi Linier Berganda.....	60

b. Koefisien Determinasi (R^2)	62
e. Uji t (Parsial)	64
f. Uji F (Serempak)	67
A. PEMBAHASAN HASIL ANALISIS	69
1. Persepsi Harga terhadap Minat Beli	69
2. Kualitas Produk terhadap Minat Beli	70
3. <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Minat Beli	71
4. Persepsi Harga, Kualitas Produk dan <i>Celebrity Endorser</i> Berpengaruh Terhadap Minat Beli	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	73
A. KESIMPULAN	73
B. SARAN	73
LAMPIRAN	77

