

**PENGARUH KUALITAS, HARGA DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HELM
INK (STUDI KASUS PADA SMK NEGERI 1 JENANGAN
PONOROGO)**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat

Guna memperoleh Gelar Sarjana Program Starta Satu (S1)

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

NAMA : ARIF WIDODO

NIM : 13413298

Program Studi : Manajemen

Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

2018

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Kualitas, Harga Dan Citra Merek terhadap keputusan pembelian Produk Helm INK (studi kasus pada SMK Negeri 1 Jenangan Ponorogo)
Nama : Arif Widodo
NIM : 13413298
Program Studi : Manajemen

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

Ponorogo, 6 Februari 2018

Pembimbing I

Titi Rapini, SE, MM
NIP. 19630505 199003 2 003

Pembimbing II

Naning Kristiyana, SE, MM
NIK. 19750921 200309 14

Mengetahui

Dekan, Fakultas Ekonomi



Titi Rapini, SE, MM
NIP. 19630505 199003 2 003

Dosen Penguji

Dra. Umi Farida, MM
NIK. 19610110 199112 13

Titi Rapini, SE, MM
NIP. 19630505 199003 2 003

Sujiono, SE, MM
Nik. 19560616 198909 12

Ringkasan

Penelitian berjudul pengaruh kualitas, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk helm ink pada SMK negeri 1 Jenangan Ponorogo. Dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana variabel kualitas ,harga dan citra merek dalam mempengaruhi keputusan pembelian helm ink pada SMK negeri 1 jenangan ponorogo.

Dari hasil populasi dapat disimpulkan bahwa sebagai berikut: 1) uji regresi linier berganda memiliki nilai signifikansi yang $< 0,05$ yang berarti bahwa kedua variabel bebas tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. 2) uji t menunjukkan bahwa hasil yang positif diamana hitung kualitas produk sebesar 0,177 dengan nilai signifikansi $< 0,05$ dengan begitu maka H_0 1 ditolak , sehingga variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. 3) uji t untuk variabel harga 0,160 $>$ t tabel dalam penelitian dan nilai signifikansi $< 0,05$ sehingga H_0 1 ditolak , dengan demikian variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. 4) uji t untuk variabel citra merek 0,224 $>$ t tabel dan nilai signifikansi $< 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hasil uji f hitung sebesar 7,007 $<$ f tabel dan nilai signifikansi $< 0,05$ sehingga H_0 4 ditolak dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara serempak kualitas, harga citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Dari ketiga variabel tersebut variabel kualitas produk yang paling berpengaruh terhadap terhadap

keputusan pembelian dengan dibuktikan bahwa kualitas produk > harga dan citra merek.

Kata kunci : Pengaruh Kualitas, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian



MOTO

Berusahalah untuk tidak menjadi manusia yang berhasil tapi berusahalah menjadi manusia yang berguna.

(Albert Einstein)

Apabila kita takut gagal , itu berarti kita telah membatasi

kemampuan kita

(Henry Ford)

Kesalahan orang-orang pandai ialah menganggap yang lain bodoh, dan kesalahan orang-orang bodoh ialah menganggap orang lain pandai.

(Pramoedya Ananta Toer)



LEMBAR PERSEMBAHAN

Ayah, bunda tercinta dan Adik

Sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terima kasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada ibu dan ayah. Untuk ayah Panji, ibunda Fahmiah dan adik Andika D.P yang selalu membuatku termotivasi dan kasih sayang selalu mendoakanku, selalu menasehatiku menjadi lebih baik.

Terima Kasih ibu.... Terima kasih Ayah.....Terima kasih Adik

Teman Hidup (Arina Tri Wulandari)

Seorang yang pernah singgah terima kasih atas kasih sayang dan kesabaranmu yang telah memberikan semangat dan inspirasi dalam menyelesaikan tugas akhir. Semoga keyakinan dan takdir ini terwujud, semoga engkau pilihan yang terbaik buatku dan masa depanku. Insyaallah jodohnya kita bertemu atas ridho dan izin

Alloh SWT

Teman-Teman Nongkrong

Terima kasih atas bantuan doa, nasehat, hiburan, traktiran dan semangat yang kamu berikan selama aku kuliah, aku tak akan melupakan semua yang telah kamu berikan selama ini. “ Deny Ria, Wahyu Cunkring, Rohman, Ivan , Faris, Yuda Niar, Ucus, Zainul dan teman-teman KKN Kelompok 50 dan anak- anak

Manajemen B

Dosen pembimbing

Ibu titi rapini SE, MM dan Ibu Naning Kristiyana SE, MM selaku dosen pembimbing tugas akhir saya. Terima kasih bu sudah dinasehati, sudah diajari, saya tidak akan lupa atas bantuan dan kesabaran kalian bu

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Alloh SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HELM INK (STUDY KASUS PADA SMK NEGERI 1 JENANGAN PONOROGO) ”** yang disusun sebagai syarat dalam mencapai Gelar Sarjana Program Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, petunjuk dan saran dari semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Titi Rapini, SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Titi Rapini, SE, MM, selaku dosen pembimbing 1, yang telah banyak memberikan arahan serta bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
3. Naning Kristiyana, SE, MM, selaku dosen pembimbing 2 yang telah banyak memberikan arahan serta bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
4. Dosen Fakultas Ekonomi yang telah banyak memberikan ilmu selama di bangku perkuliahan.
5. Siswa-siswa SMK Negeri 1 Jenangan Ponorogo selaku responden dalam penelitian saya.
6. Kedua orang tua dan adik saya yang selalu memberikan doa, semangat dan dukungan selama penulis menyusun skripsi.

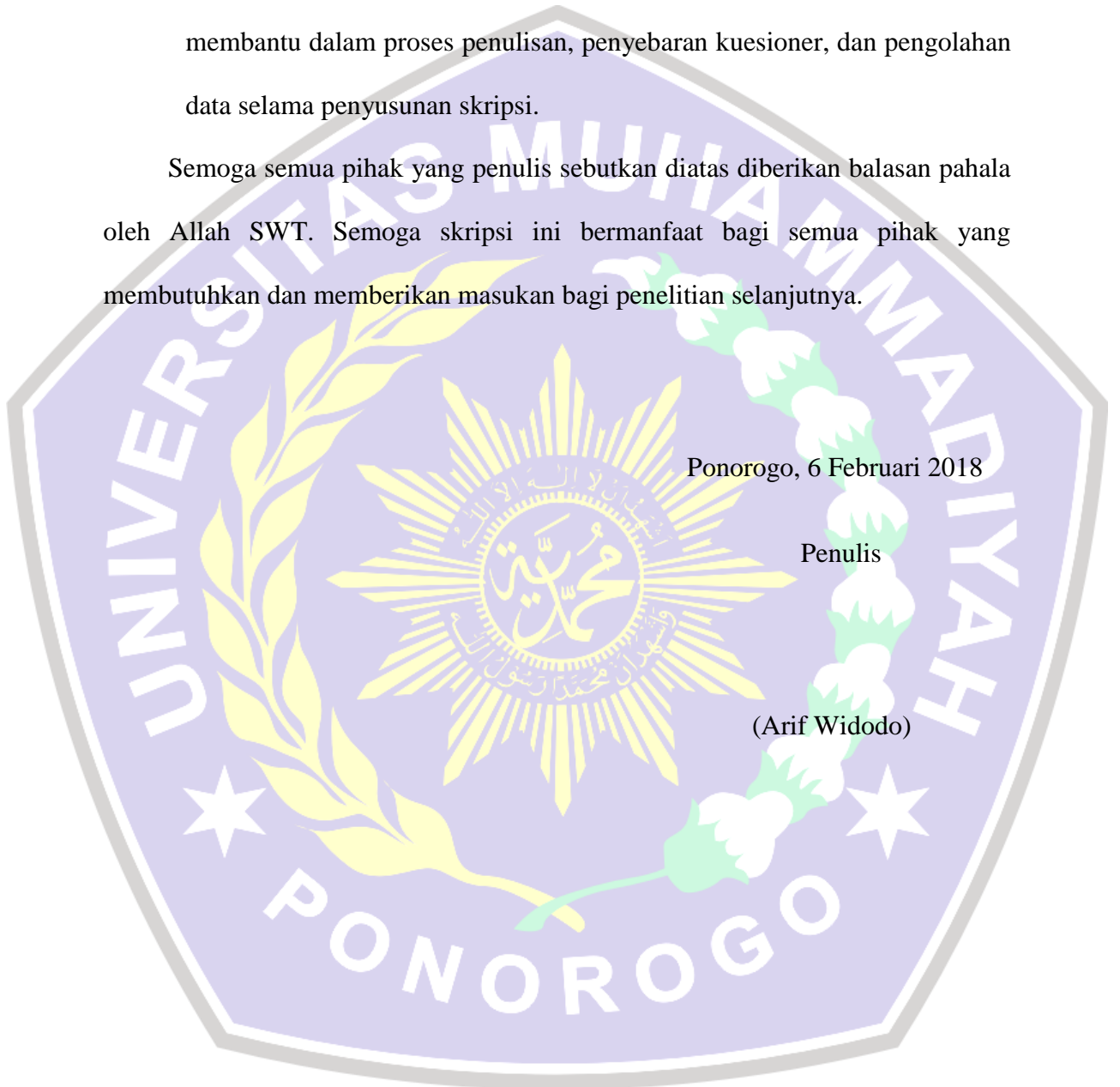
7. Teman-teman kuliah Jurusan Manajemen B dan teman-teman kerja yang telah memberikan dukungan, semangat serta sebuah persahabatan dan kerjasama yang baik selama kuliah. Temen-temen Manajemen B yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah bersama-sama saling membantu dalam proses penulisan, penyebaran kuesioner, dan pengolahan data selama penyusunan skripsi.

Semoga semua pihak yang penulis sebutkan diatas diberikan balasan pahala oleh Allah SWT. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan memberikan masukan bagi penelitian selanjutnya.

Ponorogo, 6 Februari 2018

Penulis

(Arif Widodo)



**PERNYATAAN TIDAK MELANGGAGAR
KODE ETIKA PENELITIAN**

Siapa yang bertandatangan di bawah 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 atau pendapat yang pernah ditulis dan atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 6 Februari 2018



(Arif Widodo)

NIM 13413298

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Pengesahan.....	i
Ringkasan.....	ii
Motto.....	iv
Lembar Persembahan.....	v
Kata Pengantar.....	vi
Pernyataan Tidak Menyimpang Kode Etika.....	viii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xiv
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Lampiran.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumasan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	5
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	6
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	8
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	9

2.1.2.1	Faktor–faktor yang memepengaruhi prilaku konsumen .	12
2.1.3	Bauran Pemasaran	13
2.1.4	Kualitas Produk	15
2.1.4.1	Produk.....	17
2.1.4.2	Kualitas Produk	19
2.1.5	Harga.....	21
2.1.6	Cita Merek.....	22
2.1.6.1	Merek.....	22
2.1.6.2	Citra Merek.....	23
2.1.7	Keputusan Pembelian	25
2.1.8	Hubungan antar variabel	27
2.1.8.1	Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian.....	27
2.1.8.2	Harga denga Keputusan Pembelian.....	28
2.1.8.3	Citra Merek dengan Keputusan Pembelian	28
2.1.8.4	Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek dengan Keputusan Pembelian	29
2.2	Penelitian Terdahulu	30
2.3	Kerangka Pemikiran.....	33
2.4	Hipotesis.....	34
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Ruang Lingkup Penelitian.....	39
3.2	Populasi dan Sampel	39
3.2.1	Populasi	39
3.2.2	Sampel.....	39
3.3	Metode pengambilan data	41

3.3.1	Data Primer.....	41
3.3.1.1	Interview (Wawancara).....	41
3.3.1.2	Kuesioner.....	41
3.3.1.3	Observasi.....	42
3.3.2	Data Sekunder.....	42
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	43
3.4.1	Variabel Independen.....	43
3.4.2	Variabel Dependen.....	44
3.5	Metode Analisis Data.....	45
3.5.1	Metode Kuantitatif.....	45
3.5.1.1	Uji Instrumen.....	45
3.5.1.1.1	Uji Validitas.....	45
3.5.1.1.2	Uji Reliabilitas.....	46
3.5.2	Alat Analisis.....	47
3.5.2.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	47
3.5.2.2	Koefisien Determinasi (R^2).....	48
3.5.2.3	Pengujian Hipotesis.....	48
3.5.2.3.1	Uji T (Parsial).....	48
3.5.2.3.2	Uji F (Serempak).....	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	52
4.1.1	Sejarah SMK Negeri 1 Jenangan Ponorogo.....	52
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	54
4.1.2.1	Visi SMK Negeri 1 Jenangan Ponorogo.....	54

4.1.2.2	Misi SMK Negeri 1 Jenenangan Ponorogo.....	54
4.2	Hasil Penelitian	54
4.2.1	Karakteristik Responden	55
4.2.1.1	Gambaran Umum Berdasarkan Jenis Kelamin	55
4.2.1.2	Gambaran Umum berdasarkan Wilayah Tempat Tinggal.....	56
4.2.1.3	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Lama Menjadi Konsumen	56
4.2.1.4	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Uang Saku Siswa Perbulan	58
4.2.2	Deskripsi Variabel.....	59
4.2.2.1	Variabel Kualitas Produk (X_1)	59
4.2.2.2	Variabel Harga (X_2)	61
4.2.2.3	Variabel Citra Merek (X_3).....	63
4.2.2.4	Deskripsi Keputusan Pembelian(Y).....	65
4.3	Uji Instrumen.....	67
4.3.1	Analisis Uji Validitas	67
4.3.2	Analisis Uji Reliabilitas	69
4.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	70
4.5	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	72
4.6	Pengujian Hipotesis.....	73
4.6.1	Uji T (Parsial)	73
4.6.2	Uji F (Serempak)	76
4.7	Pembahasan Dan Implikasi	78

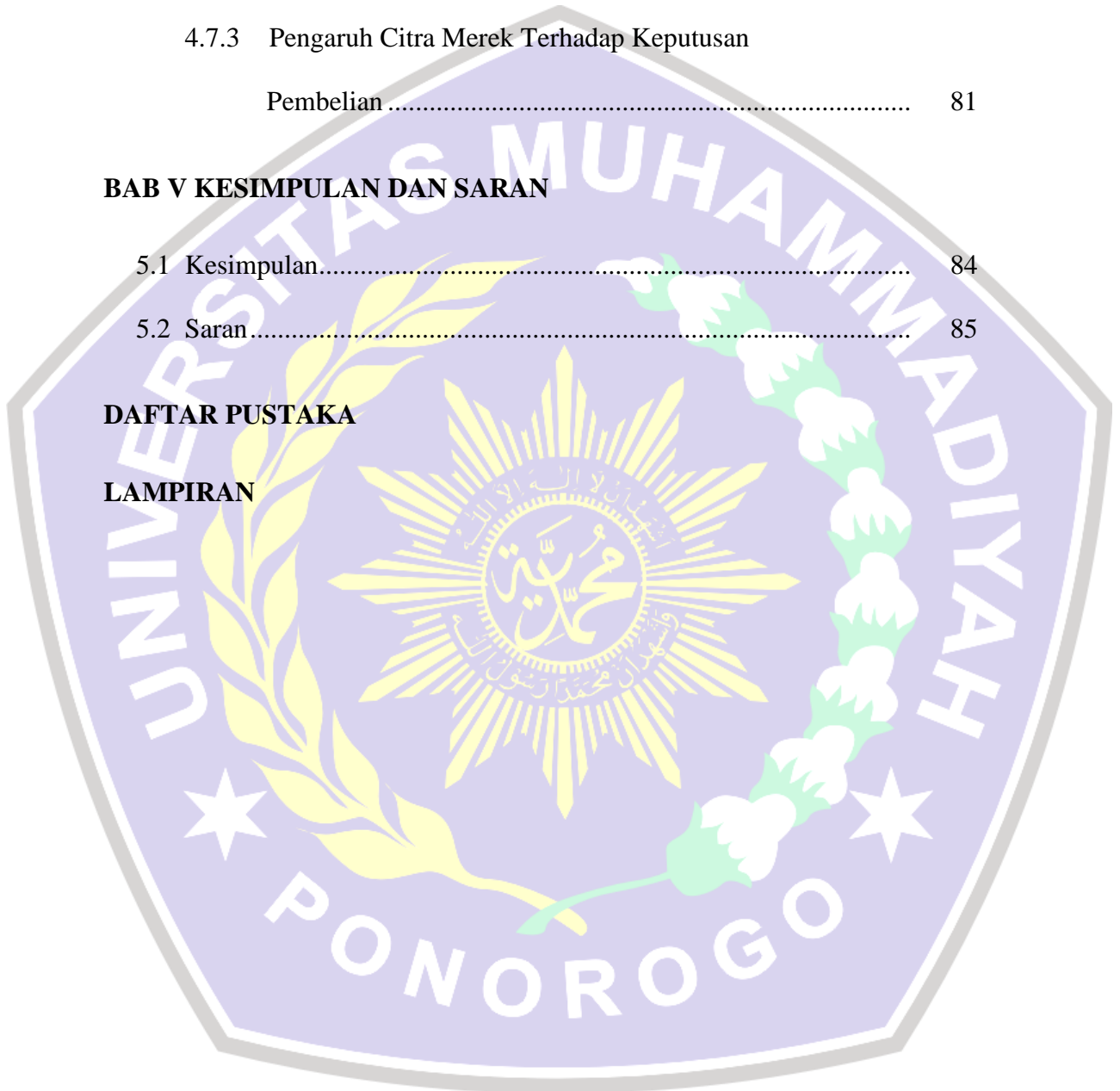
4.7.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	79
4.7.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	80
4.7.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	81

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	84
5.2 Saran.....	85

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Harga Helm.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Wilayah Tempat Tinggal.....	56
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Lama Menjadi Konsumen	57
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Uang Saku Perbulan	58
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk (X_1)	60
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Harga (X_2)	62
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Citra Merek (X_3).....	64
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian (Y).....	66
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Validitas.....	68
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Reliabilitas	69
Tabel 4.11 Analisis Regresi Linear Berganda.....	70
Tabel 4.12 Analisis Koefisien Determinasi	72
Tabel 4.13 Hasil Uji T (Parsial)	74
Tabel 4.14 Hasil Uji F (Serempak)	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Model Perilaku Konsumen.....	10
Gambar 2.1 Model Lima Tahap Proses Pembelian.....	25
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	34
Gambar 3.1 Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji T (Parsial).....	49
Gambar 3.2 Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji F (Serempak).....	50
Gambar 4.1 Kurva t hitung untuk variable Kualitas produk (X_1).....	74
Gambar 4.2 Kurva t hitung untuk variabel Harga (X_2).....	75
Gambar 4.3 Kurva t hitung untuk variabel Citra Merek (X_3).....	76
Gambar 4.4 Kurva Uji f Daerah Penolakan H_0 Penerimaan H_a	78

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN

LAMPIRAN 2 TABULASI HASIL PENELITIAN

LAMPIRAN 3 UJI VALIDITAS

LAMPIRAN 4 UJI RELIABILITAS

LAMPIRAN 5 UJI REGRESI LINEAR BERGANDA, UJI F, UJI T, DAN
KOEFSIEN DETERMINASI

