

PENGARUH *BRAND PERSONALITY*, PERSEPSI HARGA,
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK EIGER *OUTDOOR*
(Studi pada konsumen *Outlet* Eiger di Buaran Jakarta Timur)

SKRIPSI

GILAR AJI PRASETYA

21150000112



PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2021

PENGARUH *BRAND PERSONALITY*, PERSEPSI HARGA,
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK EIGER *OUTDOOR*
(Studi pada konsumen *Outlet* Eiger di Buaran Jakarta Timur)

SKRIPSI

GILAR AJI PRASETYA

21150000112



SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN PERSYARATAN
MENJADI SARJANA MANAJEMEN

PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2021

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah dengan judul :

**PENGARUH *BRAND PERSONALITY*, PERSEPSI HARGA, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK EIGER *OUTDOOR***

(Studi pada konsumen *Outlet Eiger* di Buaran Jakarta Timur)

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 23 Februari 2021



GILAR AJI PRASETYA
NPM 21150000112





HALAMAN PENGESAHAN

Karya Ilmiah dengan judul :

**PENGARUH *BRAND PERSONALITY*, PERSEPSI HARGA, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK EIGER *OUTDOOR***
(Studi pada konsumen *Outlet Eiger* di Buaran Jakarta Timur)

telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 23 Februari 2021 dengan nilai A

Panitia Ujian Karya Ilmiah

1.  ; Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc.
(Kepala Program Studi Manajemen)
2.  ; Dr. Engkur, S.IP,ME
(Pembimbing)
3. ; Lina Noersanti, S.S.i., M.Si
(Anggota Penguji)
4. ; Yusuf Suhardi, Drs, MSi, MM
(Anggota Penguji)

PERSETUJUAN PEMBIMBING


Karya ilmiah dengan judul :

**PENGARUH *BRAND PERSONALITY*, PERSEPSI HARGA, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK EIGER *OUTDOOR*
(Studi pada konsumen *Outlet Eiger* di Buaran Jakarta Timur)**

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Karya ilmiah ini ditulis di bawah bimbingan Bapak Gatot Prabantoro, S.E., M.M. dan diketahui oleh Kepala Program Studi Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai karya ilmiah pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 23 Februari 2021

Pembimbing,



Dr. Engkur, S.IP,ME.

Kepala Program Studi S-1 Manajemen



Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini dengan baik. Penulisan karya ilmiah ini merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Karya ilmiah ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga segala macam kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini, peneliti sampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Terimakasih banyak kepada Dr. Engkur, S.IP,ME atas waktu dan kesabaran yang telah diberikan dalam membimbing pembuatan karya ilmiah ini.
2. Terimakasih banyak kepada Lina Noersanti, S.S.i., M.Si dan Yusuf Suhardi, Drs, MSi, MM yang bersedia menguji saya disidang skripsi.
3. Bapak H. Agustian Burda, BSBA, MBA selaku Ketua Yayasan Pendidikan Fatahillah Jakarta (YPFJ)
4. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, MSc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
5. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
6. Segenap dosen di Program Studi S-1 Manajemen STEI, atas ilmu yang telah diberikan selama penulis menyelesaikan studi.
7. Orang tua tercinta Bapak, Ibu, dan Adik yang selama ini sudah mendukung dari awal menjelang akhir perkuliahan, sehingga dapat diselesaikannya skripsi ini dengan baik.
8. Teman teman perkuliahan (terutama, Ryan Julianus, Aldi Saputra, Achmad Syachroni, Nuur Annisa, Intan Ayu Cahyani, Nurisa Afani Eka Putri, Fitria

Ariyanti, Muhammad Amien Rais Dll) atas dukungan yang diberikan dan semangatnya.

9. Saya ucapkan terimakasih kepada guru spriritual (Arfan Pratama, Akbar Tabah Mutaqin, Ganang Widodo, Arline Puspitasari, Dll)
10. Seluruh tim dari PT Eigerindo (*outlet* Eiger Buaran) yang telah membantu penelitian ini.
11. Semua pihak yang telah membantu kelancaran penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas bantuan dan kerjasamanya.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk menyempurnakan skripsi ini.

Jakarta, 21 Februari 2021



Gilar Aji Prasetya
21150000112

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Gilar Aji Prasetya
NPM : 21150000112
Program Studi : S-1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty- Free Right*) atas Karya Ilmiah saya yang berjudul:

PENGARUH *BRAND PERSONALITY*, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EIGER *OUTDOOR*
(Studi pada konsumen *Outlet* Eiger di Buaran Jakarta Timur)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan Karya Ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 23 Februari 2021

Yang menyatakan,



Gilar Aji Prasetya

Gilar Aji Prasetya NPM : 21150000112 Program Studi S1 Manajemen	Dosen Pembimbing : Dr. Engkur, S.IP,ME
PENGARUH <i>BRAND PERSONALITY</i> , PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EIGER <i>OUTDOOR</i> (Studi pada konsumen <i>Outlet</i> Eiger di Buaran Jakarta Timur)	
<h2>ABSTRAK</h2> <p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh <i>Brand Personality</i>, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Eiger <i>Outdoor</i> (Studi Pada Konsumen <i>Outlet</i> Eiger Di Buaran Jakarta Timur). Keputusan pembelian merupakan variabel dependen, sedangkan <i>brand personality</i>, persepsi harga, dan kualitas produk sebagai variabel independen.</p> <p>Penelitian yang dilakukan menggunakan strategi asosiatif. Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survey, dimana data diperoleh melalui kuesioner dengan data yang dikumpulkan dari pernyataan dengan jumlah sampel sebanyak 93 orang. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah <i>purposive sampling</i> dan dianalisis dengan menggunakan regresi linier berganda.</p> <p>Hasil penelitian menyimpulkan bahwa Terdapat pengaruh <i>brand personality</i> (X1) terhadap keputusan pembelian (Y), Tidak terdapat pengaruh persepsi harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y), Terdapat pengaruh signifikan kualitas produk (X3) terhadap keputusan pembelian (Y). Secara simultan terdapat pengaruh <i>brand personality</i>, persepsi harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.</p>	
<i>Kata Kunci: brand personality, persepsi harga, kualitas produk, keputusan pembelian</i>	

Gilar Aji Prasetya NPM : 21150000112 Bachelor of Management	Supervisor : Dr. Engkur, S.IP,ME
THE INFLUENCE OF BRAND PERSONALITY, PRICE PERCEPTION, AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASE DECISIONS EIGER OUTDOOR PRODUCTS (Study on Eiger Outlet consumers in Buaran, East Jakarta)	
<p style="text-align: center;">ABSTRACT</p> <p>This study aims to determine The Influence Of Brand Personality, Price Perception, And Product Quality On Purchase Decisions On Eiger Outdoor Products (Study on Eiger Outlet consumers in Buaran, East Jakarta) Purchase intention is the dependent variable, while brand personality, perceived price, and product quality are the independent variables.</p> <p>Research conducted using associative strategies. The research method used in this study is a survey research method, where data is obtained through a questionnaire with data collected from statements with a total sample of 93 people. The sampling method used in this study was purposive sampling and analyzed using multiple linear regression.</p> <p>The results of the study concluded that There is a significant influence of brand personality (X1) on purchase intention (Y), There is no influence of perceived price (X2) on purchase intention (Y), There is a significant influence of product quality (X3) on purchase intention (Y). Simultaneously, there is an influence of brand personality, perceived price, and product quality on purchase intention.</p>	
Keywords: brand personality, perceived price, product quality,purchase intantion	

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.2 Perumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
2.1 Review Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.2 Landasan Teori	Error! Bookmark not defined.
2.2.1 Pengertian Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.2.2 <i>Brand Personality</i>	Error! Bookmark not defined.
2.2.3 Persepsi harga.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.4 Kualitas produk	Error! Bookmark not defined.
2.2.5 Keputusan pembelian	Error! Bookmark not defined.
2.3 Hubungan antar variabel penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
2.3.1 Hubungan <i>brand personality</i> terhadap keputusan pembelian..	Error! Bookmark not defined.
2.3.2 Hubungan persepsi harga terhadap keputusan pembelian	Error! Bookmark not defined.
2.3.3 Hubungan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.....	Error! Bookmark not defined.

2.4	Pengembangan Hipotesis penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
2.5	Kerangka konseptual	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN		Error! Bookmark not defined.
3.1	Strategi Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2.1	Populasi penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2.2	Sampel penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3	Data dan metode pengumpulan data	Error! Bookmark not defined.
3.3.1	Data Primer	Error! Bookmark not defined.
3.3.2	Data Sekunder	Error! Bookmark not defined.
3.3.3	Metode Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.4	Operasionalisasi Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
3.4.1	Instrumen Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.4.2	Pengujian Instrumen Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.5	Metoda Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
3.5.1	Pengolahan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.2	Penyajian Data	Error! Bookmark not defined.
3.5.3	Metode Analisis Statistik Data.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		Error! Bookmark not defined.
4.1	Deskripsi perusahaan.....	Error! Bookmark not defined.
4.2	Deskripsi responden	Error! Bookmark not defined.
4.3	Analisis <i>pre-test</i>	Error! Bookmark not defined.
4.3.1	Uji validitas (<i>pre-test</i>)	Error! Bookmark not defined.
4.3.2	Uji Reabilitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.4	Deskripsi data	Error! Bookmark not defined.
4.5	Hasil pengujian instrumen penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.5.1	Uji validitas (full test)	Error! Bookmark not defined.
4.5.2	Uji Reliabilitas (Full Test)	Error! Bookmark not defined.
4.6	Analisis Statistik Data	Error! Bookmark not defined.
4.6.1	Analisis Regresi Berganda	Error! Bookmark not defined.
4.6.2	Koefisien Determinasi.....	Error! Bookmark not defined.
4.6.3	Pengujian Hipotesis (Uji T)	Error! Bookmark not defined.
4.6.4	Pengujian Hipotesis (Uji F).....	Error! Bookmark not defined.
4.7	Hasil Dan Pembahasan	Error! Bookmark not defined.

4.7.1	Pengaruh <i>Brand Personality</i> (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	Error! Bookmark not defined.
4.7.2	Pengaruh Persepsi Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	Error! Bookmark not defined.
4.7.3	Pengaruh Kualitas Produk (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	Error! Bookmark not defined.
4.7.4	Pengaruh <i>brand personality</i> (X1) persepsi harga (X2) dan kualitas produk (X3) terhadap keputusan pembelian (Y)	Error! Bookmark not defined.
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		Error! Bookmark not defined.
5.1	Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
5.2	Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR REFERENSI		Error! Bookmark not defined.8

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data penjualan outlet Eiger Buaran.....	3
Tabel 3.1 Bobot Nilai Skala Likert	41
Tabel 3.2 Indikator Variabel brand personality, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	41
Tabel 4.1 Uji Validitas Data Pre-Test	56
Tabel 4.2 Uji Reliabilitas Data Pre-test.....	57
Tabel 4.3 Validitas Instrumen Per Butir Untuk Variabel Brand Personality (X1) FullTest	59
Tabel 4.4 Validitas Instrumen Per Butir Untuk Variabel Persepsi Harga (X2) Full Test.....	60
Tabel 4.5 Validitas Instrumen Per Butir Untuk Variabel Kualitas Produk (X3) Full Test)	61
Tabel 4.6 Validitas Instrumen Per Butir Untuk Variabel Keputusan Pembelian (X3) Full Test.....	61
Tabel 4.7 Reliabilitas Instrumen Variabel brand personality, Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian konsumen.....	62
Tabel 4.8 Hasil Analisa Regresi Brand Personality, Persepsi Harga dan Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian Konsumen	63
Tabel 4.9 korelasi parsial Brand Personality	65
Tabel 4.10 korelasi parsial Persepsi Harga.....	66
Tabel 4.11 korelasi parsial kualitas produk.....	67
Tabel 4.12 hasil uji-t antara Brand Personality, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	68
Tabel 4.13 Pengujian hipotesis secara simultan (Uji-f).....	70
Tabel 4.14 Hasil Uji Hipotesis	71

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka konseptual penelitian.....	36
Gambar 4.1 Jenis kemalin responden	50
Gambar 4.2 Usia responden	51
Gambar 4.3 Pendidikan terakhir	52
Gambar 4.4 Pekerjaan	53
Gambar 4.5 frekuensi pembelian produk Eiger	54
Gambar 4.6 pendapatan perbulan	55

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 2. Tabulasi Kriteria Responden full test **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 3. Tabulasi untuk skor *brand personality* (X1) full test **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 4. Tabulasi untuk skor persepsi harga (X2) full test **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 5. Tabulasi untuk skor kualitas produk (X3) full test **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 6. Tabulasi untuk skor variabel keputusan pembelian (Y) full test **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 7. Tabulasi kriteria responden pre test **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 8. Tabulasi untuk skor *brand personality* (X1) pre test **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 9. Tabulasi untuk skor persepsi harga (X2) **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 10. Tabulasi untuk skor kualitas produk (X3) ... **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 11. Tabulasi untuk skor keputusan pembelian (Y) . **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 11. Hasil uji validitas reliabilitas variabel *brand personality* (pre-test) **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 12. Hasil uji validitas reliabilitas variabel persepsi harga (pre-test) **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 13. Hasil uji validitas reliabilitas variabel kualitas produk (pre-test) **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 14. Hasil uji validitas dan reliabilitas keputusan pembelian (Y) **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 15. Hasil uji validitas dan reliabilitas *brand personality* (X1) (full-test) **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 16. Hasil uji validitas dan reliabilitas persepsi harga (X2) (full-test) **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 17. Hasil uji validitas dan reliabilitas kualitas produk (X3) (full-test) **Error! Bookmark not defined.**

Lampiran 18. Hasil uji validitas dan reliabilitas keputusan pembelian (Y) (full-test)	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 19. Hasil uji korelasi parsial variabel X dengan variabel Y	Error! Bookmark not defined.6
Lampiran 20. Hasil uji regresi, uji T, uji F	Error! Bookmark not defined.7
Lampiran 21. Surat keterangan izin riset	Error! Bookmark not defined.28
Lampiran 22. Daftar riwayat hidup	Error! Bookmark not defined.29

