

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS
PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA
PRODUK RICE COOKER MIYAKO**
(Studi Kasus Di Carrefour Taman Mini)

SKRIPSI

**SITI MALIHATUN
21160000467**



**PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONEISA
JAKARTA
2021**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS
PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA
PRODUK RICE COOKER MIYAKO**
(Studi Kasus Di Carrefour Taman Mini)

SKRIPSI

**SITI MALIHATUN
21160000467**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

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

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Ilmiah dengan judul :

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS
PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA
PRODUK RICE COOKER MIYAKO
(Studi Kasus Di Carrefour Taman Mini)**

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, 07 September 2021



Siti Malihatun
NPM 21160000467

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Karya ilmiah dengan judul :

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK RICE COOKER MIYAKO (Studi Kasus Di Carrefour Taman Mini)

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Karya Ilmiah ini ditulis di bawah bimbingan Asep Saefurahman, S.E, M.E. dan diketahui oleh Kepala Program Studi Strata 1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai karya ilmiah pada Program Studi Strata 1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 07 September 2021

Pembimbing



Asep Saefurahman, S.E, M.E.

Kepala Prodi S-1 Manajemen



Muhammad Ramaditya, BBA, MSc

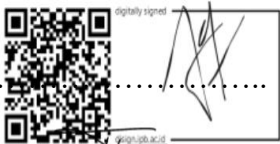



HALAMAN PENGESAHAN

Karya Ilmiah dengan judul :

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK RICE COOKER MIYAKO (Studi Kasus Di Carrefour Taman Mini)

Telah diuji dalam suatu sidang Karya Ilmiah yang diselenggarakan oleh Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 20 September 2021 dengan nilai ..A..

Panitia Ujian Karya Ilmiah

1.  : Muhammad Ramaditya, BBA, MSc
Kepala Prodi S-1 Manajemen
2.  : Asep Saefurahman S.E, M.E
Pembimbing
3.  : Imelda Aprileny, SE., ME
Penguji 1
4.  : Syahrul Effendi, SE., MM
Penguji 2

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu Wataala atas berkat karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Skripsi 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. Bapak Asep Saefurahman S.E, M.E selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktu dan kesabaran untuk memberikan arahan dalam membimbing pembuatan skripsi ini.
2. Bapak dan Ibu selaku dosen penguji yang memberikan arahan dan kritikan yang bersifat membangun sehingga hasil skripsi dapat dikoreksi dan disempurnakan dengan baik.
3. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA, MSc selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STEI).
4. Segenap dosen di Program Studi S-1 Manajemen, STEI, atas ilmu yang telah diberikan selama penulis menyelesaikan studi.
5. Bapak Drs. Ridwan Marongrong, M.Sc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
6. Pimpinan Carrefour Taman Mini yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang peneliti perlukan.
7. Kepada kedua orang tua saya, yang selalu mendukung saya dan setia mendengarkan keluh kesah saya. Terima kasih telah memberikan kasih sayang dan do'a yang tak pernah berhenti untuk saya selama proses mengerjakan skripsi yang panjang dan melelahkan ini.
8. Sahabat yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan karya ilmiah ini.

9. Kepada kekasih tercinta yang selalu jadi motivasi saya untuk menyelesaikan skripsi ini dan penyemangat hidup saya.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam karya ilmiah ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan karya ilmiah ini.

Jakarta, 07 September 2021



Siti Malihatun
NPM 21160000467

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 : Siti Malihatun
NPM : 21160000467
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 PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK RICE COOKER MIYAKO (Studi Kasus Di Carrefour Taman Mini)

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 : 07 September 2021

Yang menyatakan,



Siti Malihatun

Siti Malihatun
NPM 21160000467
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen pembimbing:
Asep Saefurahman S.E, M.E

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK RICE COOKER MIYAKO
(Studi Kasus di Carrefour Taman Mini)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Rice Cooker Miyako di Carrefour Taman Mini. Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen Pada Produk Rice Cooker Miyako di Carrefour Taman Mini. Pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* sebanyak 35 responden dengan cara menyebarkan kuesioner. Penelitian ini menggunakan perhitungan komputer dengan program SPSS (*Statistical Program For Social Scienced*) versi 26.

Hasil pembahasan dapat disimpulkan bahwa: (1). Secara parsial persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Rice Cooker Miyako di Carrefour Taman Mini. (2). Secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Rice Cooker Miyako di Carrefour Taman Mini. (3). Secara parsial citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Rice Cooker Miyako di Carrefour Taman Mini. (4). Secara simultan persepsi harga, kualitas produk, dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Rice Cooker Miyako di Carrefour Taman Mini.

Kata Kunci : Persepsi Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian

Siti Malihatun
NPM 21160000467
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen pembimbing:
Asep Saefurahman S.E, M.E

***THE EFFECT OF PRICE PERCEPTION, PRODUCT QUALITY AND
BRAND IMAGE ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS ON MIYAKO
RICE COOKER PRODUCTS***
(Case Study at Carrefour Taman Mini)

ABSTRACT

This study aims to determine the perception of price, product quality and brand image on consumer purchasing decisions on Miyako Rice Cooker products at Carrefour Taman Mini. The population in this study were consumers of Miyako's Rice Cooker Products at Carrefour Taman Mini. Sampling using purposive sampling method as many as 35 respondents by distributing questionnaires. This study uses computer calculations with SPSS (Statistical Program For Social Scienced) version 26.

The results of the discussion can be concluded that: (1). Partially, price perception has a significant effect on purchasing decisions for Miyako Rice Cooker at Carrefour Taman Mini. (2). Partially, product quality has a significant effect on purchasing decisions for Miyako Rice Cooker at Carrefour Taman Mini. (3). Partially, brand image has a significant effect on purchasing decisions for Rice Cooker Miyako at Carrefour Taman Mini. (4). Simultaneously perceived price, product quality, and brand image have a significant effect on purchasing decisions for Miyako Rice Cooker at Carrefour Taman Mini.

Keywords: Price Perception, Product Quality, Brand Image, Purchase Decision

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu.....	7
2.2. Landasan Teori.....	13
2.2.1. Perilaku Konsumen	13
2.2.2. Persepsi Harga.....	17
2.2.3. Kualitas Produk	20
2.2.4. Citra Merek	23
2.2.5. Keputusan Pembelian.....	26
2.3. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian	30
2.3.1. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	30
2.3.2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	31
2.3.3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	31
2.3.4. Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	32
2.4. Pengembangan Hipotesis Penelitian	33

2.5. Kerangka Konseptual Penelitian	34
BAB III METODA PENELITIAN	35
3.1. Strategi Penelitian.....	35
3.2. Populasi dan Sampel.....	35
3.2.1. Populasi	35
3.2.2. Sampling dan Sampel Penelitian	36
3.2.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data	36
3.3. Operasional Variabel	37
3.3.1. Uji Validitas.....	39
3.3.2. Uji Reliabilitas	39
3.4. Metoda Analisis Data	40
3.4.1. Metoda pengolahan data	40
3.4.2. Pengujian determinasi.....	40
3.4.3. Pengujian Hipotesis	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian	43
4.2. Deskripsi Data	46
4.3. Analisis Deskriptif.....	48
4.4. Uji Instrumen.....	54
4.5. Analisis Statisk Data	56
4.5.1. Analisis koefisien determinasi.....	56
4.5.2. Pengujian Hipotesis	56
4.6. Pembahasan	60
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	64
5.1. Simpulan.....	64
5.2. Saran	64
5.3. Keterbatasan dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya ...	65
DAFTAR REFERENSI	67
LAMPIRAN.....	69

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1	Penjualan Produk Rice Cooker Miyako di Carrefour Taman Mini Periode Januari – Juni 2021 2
Tabel 1.2	Perbandingan Harga Rice Cooker Miyako denga Pesaing.. 3
Tabel 1.3	<i>TOP Brand Award Index</i> Rice Cooker 2018-2020..... 4
Tabel 3.1	Jumlah Pembeli Rice Cooker Miyako..... 35
Tabel 3.2	Pemberian Skor Untuk Jawaban Kuesioner Berdasarkan Skala Likert 37
Tabel 3.3	Indikator dan Sub Indikator Variabel Penelitian 38
Tabel 3.4	Kriteria Penilaian Tingkat Reliabilitas 40
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 46
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Usia 46
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Pekerjaan..... 47
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Jumlah Pengeluaran 48
Tabel 4.5	Angka Indeks Variabel Persepsi Harga (X_1) 49
Tabel 4.6	Angka Indeks Variabel Kualitas Produk (X_2) 51
Tabel 4.7	Angka Indeks Variabel Citra Merek (X_3)..... 52
Tabel 4.8	Angka Indeks Variabel Keputusan Pembelian (Y) 53
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Variabel 54
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas 56
Tabel 4.11	Hasil Uji R Parsial X_1 Terhadap Y..... 56
Tabel 4.12	Hasil Uji R Parsial X_2 Terhadap Y..... 57
Tabel 4.13	Hasil Uji R Parsial X_3 Terhadap Y..... 58
Tabel 4.14	Hasil Uji Koefisien Determinasi 59
Tabel 4.15	Hasil Hipotesis Parsial..... 59
Tabel 4.16	Hasil Uji Simultan 60

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen	14
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual Penelitian	34
Gambar 4.1 Produk-Produk PT. Kencana Gemilang	44

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner	69
Lampiran 2. Karakteristik Responden.....	73
Lampiran 3. Jawaban Responden.....	74
Lampiran 4. SPSS Output	76
Lampiran 5. Tabel r.....	83
Lampiran 6. Surat Riset.....	85
Lampiran 7. Daftar Riwayat Hidup.....	86