

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

SKRIPSI

**DHENDI SAPUTRA
21150000265**



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

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

SKRIPSI

**DHENDI SAPUTRA
21150000265**



**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 CITRA MEREK, KUALITAS, DAN HARGA PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HOMAIN ADVENTURE

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi Strata 1 Manajemen, 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, 25 Februari 2021



DHENDI SAPUTRA
NPM 21150000265

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Karya Ilmiah dengan judul:

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

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) di Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Karya Ilmiah ini ditulis di bawah bimbingan Doddi prastuti, SE., MBA 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, 25 Februari 2021

Pembimbing,



Doddi Prastuti, SE., MBA

Kepala Program Studi S-1 Manajemen,



Muhammad Ramaditya, BBA., MSc

HALAMAN PENGESAHAN

Karya Ilmiah dengan judul:

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

telah diuji dalam suatu sidang Karya Ilmiah yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 25 Februari 2021 dengan nilai **B+**.

Panitia Ujian Karya Ilmiah

1.  ; Muhammad Ramaditya, BBA, MSc
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  ; Doddi Prastuti, SE, MBA
(Pembimbing)
3.  ; Ir. Dwi Windu Suryono, MS
(Anggota Penguji)
4.  ; Syahrul Effendi, SE, MM
(Anggota Penguji)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas ke hadirat Allah SWT berkat karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Karya Ilmiah yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Karya ilmiah ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terimakasih yang setulusnya kepada:

1. Ibu Doddi Prastuti, SE, MBA selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan karya ilmiah ini.
2. Bapak Ir. Dwi Windu Suryono, MS dan Syahrul Effendi, SE. MM selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Marongrong, MSc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.
4. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA., MSc selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen.
5. Bapak Putut Hidayat selaku pihak Pemilik Homain Adventure yang telah mengizinkan melaksanakan penelitian dan membantu dalam memperoleh data yang peneliti perlukan.
6. Kedua orang tua peneliti (Ibu Totoy Komariah dan Bapak Mohammad Junaedi) serta kakak tercinta (Dheny Saputra dan Dhery Saputra) yang selalu mendoakan, memberikan dukungan, nasehat, perhatian dan kasih sayang sehingga peneliti dapat menyelesaikan karya ilmiah.
7. Dellavianti Nur Harnimurni, S.M yang selalu memberi motivasi dan menemani disaat proses penyusunan karya ilmiah.

8. Sahabat-sahabat Sakuntala (Nickman Alam, Nazda Auliyah, Anisa Harahap, Bayu Saputra) yang selalu memberikan doa, support dan semangat dalam penulisan karya ilmiah ini.
9. Sahabat-sahabat seperjuangan skripsi (Dicky Alvianto, Hari Setiawan, Candra Widi, Harry Taufan), dan lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu atas dukungan, semangat, dan telah mengisi hari-hari peneliti selama menyelesaikan studi dengan suka cita.

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

Jakarta, 25 Februari 2021



DHENDI SAPUTRA
NPM 21150000265

HALAMAN PERNYATAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Dhendi Saputra
NPM : 21150000265
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** (*Nonexclusive Royalty-Free Right*) atas Karya Ilmiah saya yang berjudul :

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

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 skripsi 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 : 25 Februari 2021

Yang menyatakan,



Dhendi Saputra

Dhendi Saputra
NPK: 21150000265
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing:
Doddi Prastuti, SE, MBA

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

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui seberapa besar pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga produk terhadap Keputusan Pembelian pada produk Homain.

Strategi dalam penelitian ini yaitu strategi penelitian Asosiatif dengan pendekatan Deskriptif Kuantitatif. Metode penelitian menggunakan metode *survey sampel*. Pengolahan data menggunakan SPSS versi 25.0. Metode analisis data yang digunakan adalah Uji Validitas dan Uji Reliabilitas. Alat analisis statistik data menggunakan Koefisien Determinasi (R^2) secara parsial dan simultan. Populasi sasaran dalam penelitian ini yaitu seluruh konsumen yang pernah mengunjungi dan membeli produk Outdoor Homain dengan sampel sebanyak 97 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Purposive Sampling*.

Hasil penelitian menyimpulkan (1) Citra Merek X_1 secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), (2) Kualitas Produk X_2 secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), (3) Harga Produk X_3 secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), (4) Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

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

Dhendi Saputra
NPK: 21150000265
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing:
Doddi Prastuti, SE, MBA

**INFLUENCE ON BRAND IMAGE, QUALITY AND
PRODUCT PRICE ON PURCHASE DECISION
HOMAIN ADVENTURE PRODUCTS**

ABSTRACT

This study aims to determine how much influence the Brand Image, Product Quality and Product Prices have on Purchasing Decisions on Homain products.

The strategy in this study is an associative research strategy with a quantitative descriptive approach. The research method uses a sample survey method. Data processing using SPSS version 25.0. The data analysis method used is the validity test and reliability test. The statistical data analysis tool used the coefficient of determination (R^2) partially and simultaneously. The target population in this study are all consumers who have visited and bought outdoor Homain products with a sample of 97 respondents. The sampling technique used purposive sampling technique.

The results of the study conclude (1) X_1 Brand Image partially has no significant effect on Purchasing Decisions (Y), (2) X_2 Product Quality partially has a significant effect on Purchasing Decisions (Y), (3) X_3 Product Prices partially have a significant effect on Decisions. Purchasing (Y), (4) Brand Image, Product Quality and Product Price simultaneously have a significant effect on Purchasing Decisions.

Keywords: Lifestyle, Price Perception, Promotion, Purchase Decision

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu.....	6
2.2. Landasan Teori.....	10
2.2.1. Pemasaran	10
2.2.2. Manajemen Pemasaran.....	11
2.2.3. Bauran Pemasaran.....	11
2.2.4. Citra Merek	12
2.2.5. Kualitas Produk.....	14

	Halaman
2.2.6. Harga	15
2.2.7. Keputusan Pembelian	16
2.3. Keterkaitan antar Variabel Penelitian	20
2.4. Pengembangan Hipotesis	22
BAB III METODA PENELITIAN.....	23
3.1. Strategi Penelitian	23
3.2. Populasi dan Sampel	24
3.2.1. Populasi penelitian.....	24
3.2.2. Sampel penelitian	24
3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data.....	25
3.4. Operasionalisasi Variabel.....	26
3.5. Metoda Analisis Data	28
3.5.1. Pengolahan data.....	28
3.5.2. Metoda penyajian data.....	30
3.5.3. Analisis statistik data.....	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	34
4.1. Deskripsi Perusahaan	34
4.2. Deskripsi Responden.....	34
4.3. Deskripsi Data	36
4.4. Hasil Pengujian Instrumen	38
4.4.1. Uji validitas	38
4.4.2. Uji reliabilitas	41
4.5. Analisis Statistik Data	42
4.5.1. Uji koefisien determinasi parsial	42
4.5.2. Uji koefisien determinasi berganda	44
4.5.3. Uji Hipotesis	44
4.6. Temuan Hasil Penelitian	45

	Halaman
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	48
5.1. Simpulan	48
5.2. Saran.....	49
5.3. Keterbatasan dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya.....	49
 DAFTAR REFERENSI	 50
LAMPIRAN.....	54

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Skala Likert Untuk Instrumen Penelitian	26
Tabel 3.2. Operasionalisasi Variabel.....	27
Tabel 4.1. Deskripsi Responden.....	34
Tabel 4.2. Uji Validitas Variabel Citra Merek	39
Tabel 4.3. Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	39
Tabel 4.4. Uji Validitas Variabel Harga Produk	40
Tabel 4.5. Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	40

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran.....	22
Gambar 4.1. Diagram Skala Likert Variabel Citra Merek.....	36
Gambar 4.2. Diagram Skala Likert Variabel Kualitas Produk	37
Gambar 4.3. Diagram Skala Likert Variabel Harga Produk	37
Gambar 4.4. Diagram Skala Likert Variabel Keputusan Pembelian	38

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	53
Lampiran 2. Skor untuk Variabel Citra Merek (X_1)	58
Lampiran 3. Skor untuk Variabel Kualitas Produk (X_2)	61
Lampiran 4. Skor untuk Variabel Harga Produk (X_3)	64
Lampiran 5. Skor untuk Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	67
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (X_1).....	70
Lampiran 7. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas produk (X_2)	70
Lampiran 8. Hasil Uji Validitas Variabel Harga Produk (X_3).....	71
Lampiran 9. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan pembelian (Y).....	71
Lampiran 10. Hasil Uji Relibilitas Variabel Citra Merek (X_1).....	72
Lampiran 11. Hasil Uji Relibilitas Variabel Kualitas produk (X_2)	72
Lampiran 12. Hasil Uji Relibilitas Variabel Harga Produk (X_3).....	73
Lampiran 13. Hasil Uji Realibilitas Variabel Keputusan pembelian (Y).....	73
Lampiran 14. Nilai Koefisien Determinasi Parsial X_1 terhadap Y	74
Lampiran 15. Hasil Olah Data Dengan SPSS.....	75
Lampiran 16. Surat Keterangan Riset.....	76
Lampiran 17. Daftar Riwayat Hidup Peneliti	77