

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI UMS BOOKSTORE**
(Studi Kasus pada Mahasiswa Progam Studi Manajemen Angkatan 2015 dan 2016
Universitas Muhammadiyah Surakarta)



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen
Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh :
YOGA DWITAMA
B 100 140 434

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2018**

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca Skripsi dengan judul :

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI UMS BOOKSTORE (Studi Kasus
pada Mahasiswa Progam Studi Manajemen Angkatan 2015 dan 2016
Universitas Muhammadiyah Surakarta)**

Yang ditulis dan disusun oleh :

YOGA DWITAMA

B 100 140 434

Penanda tangan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 19 Mei 2018

Pembimbing utama



(Drs. Moechammad Nasir, MM)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. H. Syamsudin, SE, MM)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta – 57102

PERYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **YOGA DWITAMA**

NIRM : **B 100 140 434**

Jurusan : **MANAJEMEN**

Judul Skripsi : **Pengaruh Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di UMS Bookstore (Studi Kasus pada Mahasiswa Progam Studi Manajemen Angkatan 2015 dan 2016 Universitas Muhammadiyah Surakarta)**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 19 Mei 2018

Yang membuat pernyataan,

YOGA DWITAMA

MOTO

“Tekun, Teken, Tekan”

(Anonim)

PERSEMBAHAN

Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT, Tuhan pemilik jiwa dan semesta alam.
Sholawat serta Salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW.

Kupersembahkan karya ini untuk :

- ❖ Bapak dan Ibu serta Kakaku atas doa, kasih sayang , kesabaran, dan pengorbanan dalam mendidik dan membesarkan penulis.
- ❖ Keluarga besar Trah Suyud memberikan semangat dan Do'a dalam menguatkan penulis dalam menempuh studi ini.
- ❖ Sahabat-sahabat terbaikku, yang tak dapat saya sebutkan satu-persatu terima kasih atas dukungan dan semangatnya.
- ❖ Teman-teman Komunitas Standup UMS, Satu Jaten Basketball, Karang Taruna Tanjung muda, Karang Taruna Tunas Harapan Dagen.
- ❖ Teman-teman FEB Manajemen angkatan 2014, terima kasih atas persahabatan dan kebersamaannya.
- ❖ Almamaterku FEB Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- ❖ Segenap rekan-rakan yang telah memberikan do'a dan dukungan.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk di UMS Bookstore, pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk di UMS Bookstore, dan pengaruh persepsi harga dan citra merek secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk di UMS Bookstore dengan studi kasus pada mahasiswa program studi manajemen angkatan 2015 dan 2016 Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Secara praktis penelitian ini diharapkan memberikan manfaat yaitu, pertama: bermanfaat dalam memberikan sumbangan konseptual bagi pengelola usaha (UMS Bookstore) sebagai bahan referensi dalam melakukan strategi pemasaran, kedua: menambah pengetahuan khususnya dalam menghasilkan konsep mengenai persepsi harga, citra merek, dan keputusan pembelian, ketiga: sebagai referensi dalam melakukan penelitian lebih lanjut dengan menggunakan variabel yang berbeda.

Jenis penelitian ini adalah penelitian survei dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumennya. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa program studi manajemen angkatan 2015 dan 2016 Universitas Muhammadiyah Surakarta dengan frekuensi minimal satu kali datang berkunjung dan membeli di UMS Bookstore. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 110 orang responden. Data dikumpulkan dengan kuesioner yang telah di uji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Regresi linier berganda digunakan untuk menguji model yang dihipotesiskan secara statistik.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk di UMS Bookstore, dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 3,206 dengan nilai signifikansi sebesar 0,002 ($0,002 < 0,05$), terdapat pengaruh positif dan signifikan citra merek terhadap keputusan pembelian produk di UMS Bookstore, dibuktikan dengan nilai t hitung 5,71 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$), dan terdapat pengaruh positif dan signifikan persepsi harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk di UMS Bookstore, dengan hasil statistik F hitung sebesar 28,608 dengan signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$).

Kata kunci : *Persepsi Harga, Citra Merek, Keputusan Pembelian.*

ABSTRACTION

The objective of this research is to find out the influence of price perception, brand image and both price perception and brand image at once towards the purchase decision of UMS Bookstore's products done by the prospective customer. It is done through the case study of Universitas Muhammadiyah Surakarta's students majoring management study from the year of 2015 and 2016.

Practically, this research is beneficial for; 1) giving conceptual contribution for UMS Bookstore's administrator as marketing strategy reference, 2) giving more knowledge in terms of producing the concept of price perception, brand image and purchase decision, 3) a reference in doing a similar research of which variable is different.

This research belongs to survey research, employing questionnaire as its instrument. The population of this research covers all of the 2015 and 2016 management students of Universitas Muhammadiyah Surakarta. A Requirement of having visit and purchase frequency in UMS Bookstore at least once during their study is applied. Purposive sampling is applied by employing 110 respondents as the samples. The data is obtained through the questionnaire that has been validated and reliably tested. Multiple linear regression has been employed as its analysis technique to assess the hypothesized model statistically.

The result shows that there is a positive and significant influence of perception price towards the purchase decision in UMS Bookstore, it is proven by t value = 3,206 with significant value 0,002 ($0,002 < 0,05$). There is a positive and significant influence of brand image towards purchase decision in UMS Bookstore, proven by t value = 5,71 with significant value 0,000 ($0,000 < 0,05$). There is also a positive and significant influence of both price perception and brand image towards purchase decision in UMS Bookstore, proven by F statistic value = 28,608 with significant value 0,000 ($0,000 < 0,05$).

Keywords : Price Perception, Brand Image, Purchase Decision

KATA PENGANTAR



Assalaamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, segala puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk di UMS Bookstore (Studi Kasus pada Mahasiswa Progam Studi Manajemen Angkatan 2015 dan 2016 Universitas Muhammadiyah Surakarta)”, tidak lupa sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita Rosulullah Muhammad SAW yang dengan perjuangan yang telah menghantarkan kita menjadi umat yang terpilih, terlahir untuk seluruh manusia demi Ridho-Nya.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini tidak aka terwujud tanpa bimbingan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan teriakasi kepada :

1. Dr. H. Sofyan Anif, M.Si selaku rektor Universita Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta
2. Bapak Dr. H. Syamsudin, M. M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta
3. Bapak Imronudin, SE, M.Si, Ph. D selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta
4. Bapak Drs. Moehammad Nasir, MM selaku pembimbing yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta khususnya Jurusan Manajemen yang rela membimbing dan menyalurkan ilmu-ilmunya kepada mahasiswa serta telah membantu dalam bidang akademik dan administrasi mahasiswa.

6. Bapak dan Ibu tercinta yang selalu memberikan kasih sayang dan tiada bosan memberikan dukungan baik spiritual maupun material serta tak pernah bosan mendoakan dan menasehati demi keberhasilan penulis.
7. Sahabat dan yang terkasih tak pernah bosan menemani sejak awal perkuliahan dimulai, dan selalu memberikan masukan yang bermanfaat bagi penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namun memiliki arti dalam penyelesaian karya ini. Tanpa bermaksud mengabaikan, hanya keterbatasan ruang dan kekhilafan penulis semata.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari penulisan maupun penyajian. Untuk itu segala saran dan kritik yang membangun semoga berguna bagi penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan penulis di masa depan. Amiin.

Surakarta, 19 Mei 2018



Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI	vi
<i>ABSTRACTION</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.5. Sistematika penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Tinjauan Teori.....	8
2.2. Penelitian Terdahulu	18
2.3. Hipotesis	19
2.4. Kerangka Pemikiran.....	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
3.1. Jenis Penelitian.....	23
3.2. Populasi, Sample Dan Teknik Pengambilan Sampel.....	23
3.3. Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel.....	25
3.4. Data Dan Sumber Data	26
3.5. Metode Pengumpulan Data.....	26
3.6. Metode Analisis Data.....	26

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	32
4.1. Sejarah Singkat UMS Bookstore	32
4.2. Karakteristik Responden.....	33
4.3. Uji Instrumen Penelitian	34
4.4. Analisis Data.....	37
4.5. Pembahasan.....	41
BAB V PENUTUP.....	45
5.1. Kesimpulan	45
5.2. Keterbatasan Penelitian.....	46
5.3. Saran	47
DAFTAR PUSTAKA	48
LAMPIRAN	51

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.	<i>Mapping</i> Hasil Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3.1.	<i>Mapping</i> Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel..	25
Tabel 3.2.	Nilai Butir Pernyataan	27
Tabel 4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	33
Tabel 4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
Tabel 4.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan.....	34
Tabel 4.4.	Hasil Uji KMO MSA <i>and Bartlett's Test</i>	35
Tabel 4.5.	Hasil Uji Validitas	36
Tabel 4.6.	Hasil Uji Reliabilitas	37
Tabel 4.7.	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	38
Tabel 4.8.	Hasil Uji Koefisien Determinansi	39
Tabel 4.9.	Hasil Uji t	39
Tabel 4.10.	Hail Uji F.....	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran penelitian	21
---	----