



# UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA

## SKRIPSI

**PENGARUH *PERSEPSI HARGA*, *CITRA MEREK* DAN  
*PERSEPSI KUALITAS PRODUK* DENGAN MEDIA SOSIAL  
SEBAGAI VARIABEL MODERASI TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA UD. INDOFROZENFOOD SUKSES  
MANDIRI SURABAYA**

**FITRIANI QHOMA IRHOH  
181500003**

**Dosen Pembimbing  
Tony Susilo Wibowo, S.E., M.Pd.,M.SM**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
2022**

**PENGARUH *PERSEPSI HARGA*, CITRA MEREK DAN  
*PERSEPSI KUALITAS PRODUK* DENGAN MEDIA  
SOSIAL SEBAGAI VARIABEL MODERASI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UD.  
INDOFROZENFOOD SUKSES MANDIRI SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan  
memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universtitas PGRI Adi Buana Surabaya

**FITRIANI QHOMA IRHOH  
NIM : 181500003**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA  
2022**

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Fitriani Qhoma Irhoh  
NIM : 181500003  
Judul : Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek Dan Persepsi Kualitas Produk Dengan Media Sosial Sebagai Variabel Moderasi Terhadap Keputusan Pembelian UD. Indofrozenfood Sukses Mandiri

Skripsi ini telah disetujui untuk oleh dosen pembimbing dan layak untuk diuji Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

Surabaya, 15 Desember 2021  
Dosen Pembimbing



Tony Susilo Wibowo, S.E., M.PD., M.SM  
NPP : 0709494/DY

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Persepsi Harga*, Citra Merek dan *Persepsi Kualitas Produk* Dengan Media Sosial Sebagai Variabel Moderasi Terhadap Keputusan Pembelian UD. Indofrozenfood Sukses Mandiri Surabaya.

Nama : Fitriani Qhoma Irhoh  
NIM : 181500003  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Mengetahui  
Ketua Program Studi  
  


Made Basus Dwiarta, S.E., MM  
NPP : 1109598/DY

Surabaya, 29 Agustus 2022  
Dosen Pembimbing



Tony Susilo Wibowo, S.E., M.Pd., M.SM  
NPP : 0709494/DY

Menyetujui,  
Dekan  
  

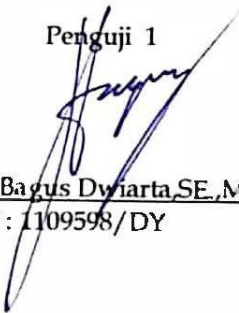

Tony Susilo Wibowo, S.E., M.Pd., M.SM  
NPP : 0709494/DY

## BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Skripsi ini diterima dan disetujui oleh panitia Ujian Skripsi  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya :

Pada hari : Selasa  
Tanggal : 30 Agustus  
Tahun : 2022

Penguji 1



I Made Bagus Dwiarta, SE, MM  
NPP : 1109598/DY

Penguji 2



Fauziyah, S.Si, M.Si  
NPP : 1504721/DY

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fitriani Qhoma Irhoh

NIM : 181500003

Program Studi : Manajemen

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian (Skripsi) saya yang berjudul "*Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek dan Persepsi Kualitas Produk dengan Media Sosial Sebagai Variabel Moderasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada UD. Indofrozenfood Sukses Mandiri Surabaya*" yang saya usulkan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adibuana Surabaya tahun Akademik 2021-2022 bersifat original.

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 29 Agustus 2022



Fitriani Qhoma Irhoh

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Robbil'alamiin, segala puji bagi Allah SWT yang senantiasa memebrikan karunia kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh *Persepsi Harga, Citra Merek, dan Persepsi Kualitas Produk* Dengan Media Sosial Sebagai Variabel Moderasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada UD. Indofrozenfood Sukses Mandiri Surabaya”. Laporan skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Kepada Allah SWT yang senantiasa memberikan kemudahan dan kelancaran dalam penyusunan skripsi dari awal hingga akhir.
2. Kepada kedua orang tua saya yang selalu memberikan doa dan dukungan untuk melakukan penyusunan skripsi ini.
3. Kepada Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis khususnya Program Studi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
4. Kepada Adi Setiawan selaku orang spesial yang selalu menemani, memberi dukungan, serta memberikan semangat dalam penyusunan skripsi dari awal hingga selesai.
5. Kepada Anggi, Nurul, Dany, Afif, Riyan selaku sahabat saya yang selalu memberikan motivasi, support dan bantuan sehingga skripsi ini bisa selesai tepat waktu.
6. Kepada semua rekan seperjuangan Prodi Manajemen khususnya kelas A angkatan 2018 yang telah membantu dan memberikan support selama 4 tahun ini.

## **MOTTO**

Belajarliah menerima dunia seperti adanya. Berusahalah untuk bersabar. Tirulah tingkah angin yang lincih bergerak kesana-kemari. Inilah kehidupan - apakah janjinya benar atau salah, nikmatilah apa saja yang muncul di setiap kesempatan. Tiada abadi di dunia ini.

-Abdul Haris Bahauddin-



## KATA PENGANTAR

AlhamdulillahRobbil'alamiin, puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT dengan segala limpahan petunjuk dan bimbingan serta berbagai kenikmatan yang telah diberikan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK DAN PERSEPSI KUALITAS PRODUK DENGAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI VARIABEL MODERASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UD. INDOFROZENFOOD SUKSES MANDIRI SURABAYA”**. Selama proses penulisan hingga terselesaikannya skripsi ini, penulis banyak mendapat motivasi dan dukungan dari beberapa pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. M. Subandowo, MS selaku Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
2. Bapak Tony Susilo Wibowo, S.E., M.PD.,M.SM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya dan selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan koreksi dan membantu selama melakukan penulisan dalam penyusunan skripsi ini.
3. Bapak I Made Bagus Dwiarta, S.E, M.M, selaku Ketua Prodi Studi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
4. Selanjutnya berturut disampaikan kepada pimpinan perusahaan tempat mengadakan penelitian, orang tua, teman sejawat, dll.

Dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang sangat penulis harapkan. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Surabaya, 3 Agustus 2022

Fitriani Qhoma Irhoh  
181500003

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI .....	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....	v
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT .....	x
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Teori.....	20
2.2.1 Manajemen Pemasaran .....	20
2.2.1.1 Pemasaran .....	20
2.2.1.2 Konsep Pemasaran.....	21
2.2.1.3 Definisi Manajemen Pemasaran .....	23

2.2.1.4	Bauran Pemasaran.....	24
2.2.1.5	Tujuan Pemasaran.....	25
2.2.1.6	Strategi Pemasaran.....	26
2.2.1.7	Fungsi Manajemen Pemasaran.....	27
2.2.2	Persepsi Harga.....	28
2.2.2.1	Pengertian Persepsi.....	28
2.2.2.2	Pengertian Harga.....	29
2.2.2.3	Pengertian Persepsi Harga.....	29
2.2.2.4	Tujuan Persepsi Harga.....	30
2.2.2.5	Indikator Persepsi Harga.....	31
2.2.2.6	Faktor yang menentukan penetapan harga.....	32
2.2.3	Citra Merek.....	33
2.2.3.1	Faktor pembentuk citra merek.....	34
2.2.3.2	Dimensi Citra Merek.....	35
2.2.3.3	Komponen dalam citra merek.....	36
2.2.3.4	Pengukuran citra merek.....	37
2.2.3.5	Faktor yang mempengaruhi citra merek... ..	37
2.2.3.6	Indikator citra merek.....	39
2.2.4	Persepsi kualitas produk.....	40
2.2.4.1	Pengertian Persepsi.....	40
2.2.4.2	Pengertian kualitas produk.....	40
2.2.4.3	Persepsi kualitas produk.....	42
2.2.4.4	Faktor yang mempengaruhi persepsi terhadap kualitas produk.....	43
2.2.4.5	Aspek untuk mengukur kualitas produk .	44
2.2.4.6	Indikator persepsi kualitas produk.....	45
2.2.5	Media Sosial.....	46
2.2.5.1	Manfaat media sosial.....	47
2.2.5.2	Jenis media sosial.....	49
2.2.5.3	Karakteristik media sosial.....	49

2.2.5.4	Dimensi media sosial .....	50
2.2.5.5	Fungsi media sosial.....	51
2.2.5.6	Indikator media sosial .....	52
2.2.6	Keputusan Pembelian.....	53
2.2.6.1	Struktur keputusan pembelian.....	55
2.2.6.2	Faktor perilaku konsumen yang mempengaruhi keputusan pembelian .....	58
2.2.6.3	Faktor keputusan pembelian .....	61
2.2.6.4	Dimensi keputusan pembelian.....	61
2.2.6.5	Tingkat keputusan pembelian.....	63
2.2.6.6	Indikator keputusan pembelian .....	63
2.3	Kerangka Konseptual.....	64
2.4	Hipotesis .....	68
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>73</b>
3.1	Rancangan Penelitian.....	73
3.2	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	76
3.2.1	Populasi .....	76
3.2.2	Sampel.....	76
3.2.3	Teknik Pengambilan Sampel .....	77
3.3	Jenis dan Sumber Data .....	77
3.3.1	Jenis Data .....	77
3.3.2	Sumber Data.....	78
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	79
3.5	Variabel Penelitian dan Definisi Operasionale Variabel..	81
3.5.1	Variabel Penelitian .....	81
3.5.2	Definisi Operasional Variabel.....	82
3.6	Teknik Analisis Data .....	85
3.6.1	Instrumen Pengujian Penelitian .....	85
3.6.1.1	Uji Validitas .....	85
3.6.1.2	Uji Reliabilitas .....	85

3.6.2	Pengujian Asumsi Klasik.....	86
3.6.2.1	Uji Normalitas.....	86
3.6.2.2	Uji Multikolinieritas .....	86
3.6.2.3	Uji Heteroskedastisitas .....	87
3.6.2.4	Uji Autokorelasi.....	87
3.6.2.5	Analisis Regresi Linear Berganda .....	88
3.6.2.6	Regresi Berganda dari Moderated Regression Analysis (MRA) .....	88
3.6.3	Uji Koefisien Determinasi.....	89
3.6.4	Pengujian Hipotesis .....	89
3.6.4.1	Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji-t) .....	89
3.6.4.2	Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji-F) .....	90
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>91</b>
4.1	Penyajian Data .....	91
4.1.1	Gambaran umum Ud. Indofrozenfood Sukses Mandiri .....	91
4.1.1.1	Identitas umum Ud. Indofrozenfood Sukses Mandiri .....	91
4.1.1.2	Sejarah Ud. Indofrozenfood Sukses Mandiri .....	91
4.1.1.3	Struktur organisasi perusahaan .....	92
4.2	Karakteristik Responden .....	93
4.2.1	Berdasarkan Jenis Kelamin .....	94
4.2.2	Berdasarkan Usia.....	94
4.2.3	Berdasarkan kota/ domisili .....	95
4.3	Deskripsi Hasil Penelitian .....	96
4.3.1	Penelitian Responden Terhadap Butir Pertanyaan	97
4.3.1.1	Variabel Persepsi Harga .....	97
4.3.1.2	Variabel Citra Merek.....	98
4.3.1.3	Variabel Persepsi Kualitas Produk .....	99

4.3.1.4	Variabel Media Sosial .....	100
4.3.1.5	Variabel keputusan pembelian.....	100
4.4	Analisis Data Penelitian.....	101
4.4.1	Uji Instrumen Penelitian.....	104
4.4.1.1	Uji Validitas.....	104
4.4.1.2	Uji Reliabilitas .....	106
4.4.2	Uji Asumsi Klasik.....	107
4.4.2.1	Uji Normalitas.....	108
4.4.2.2	Uji Multikolinieritas .....	112
4.4.2.3	Uji Heteroskedastisitas .....	116
4.4.2.4	Uji Autokorelasi.....	119
4.4.3	Analisis Regresi Linier Berganda .....	122
4.4.4	Analisis Moderated Regression Analysus (MRA) .	124
4.4.5	Uji Koefisien Determinasi.....	129
4.4.6	Uji Hipotesis .....	133
4.4.6.1	Uji Hipotesis 1.....	133
4.4.6.2	UjiHipotesis 2.....	133
4.4.6.3	Uji Hipotesis 3.....	134
4.4.6.4	Uji Hipotesis 4.....	135
4.4.6.5	Uji Hipotesis 5.....	136
4.4.6.6	Uji Hipotesis 6.....	138
4.4.6.7	Uji F .....	139
4.4.7	Pembahasan Hasil Penelitian.....	140
4.4.7.1	Karakteristik Responden Jenis Kelamin....	140
4.4.7.2	Karakteristik Responden Usia .....	140
4.4.7.3	Karakteristik Responden Kota (Domisili) .	141
4.4.7.4	Pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian pada UD. Indofrozenfood Sukses Mandiri Surabaya. ....	141

4.4.7.5 Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pada UD. Indofrozenfood Sukses Mandiri Surabaya. ....	142
4.4.7.6 Pengaruh persepsi kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada UD. Indofrozenfood Sukses Mandiri Surabaya. ....	143
4.4.7.7 Pengaruh persepsi Harga terhadap keputusan pembelian dengan media sosial sebagai variabel moderasi UD. Indofrozenfood Sukses Mandiri Surabaya. ....	143
4.4.7.8 Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian dengan media sosial sebagai variabel moderasi UD. Indofrozenfood Sukses Mandiri Surabaya. ....	145
4.4.7.9 Pengaruh persepsi kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan media sosial sebagai variabel moderasi UD. Indofrozenfood Sukses Mandiri Surabaya. ....	146

**BAB V SIMPULAN DAN SARAN ..... 149**

5.1 Simpulan..... 149

5.2 Saran..... 151

**DAFTAR PUSTAKA ..... 153**

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert.....	80
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	94
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	95
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Kota/Domisili.....	96
Tabel 4.4 Skala Likert.....	96
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Persepsi Harga (X1) .....	97
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Citra Merek (X2).....	98
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Persepsi Kualitas Produk (X3) .....	99
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Media Sosial (Z) .....	100
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian (Y) ....	101
Tabel 4.10 Persiapan Analisis Data .....	101
Tabel 4.11 Uji Validitas .....	104
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas .....	106
Tabel 4.13 Uji Asumsi Klasik .....	107
Tabel 4.14 Uji Normalitas I .....	109
Tabel 4.15 Uji Normalitas II .....	110
Tabel 4.16 Uji Normalitas III .....	111
Tabel 4.17 Uji Normalitas IV .....	112
Tabel 4.18 Uji Multikolineritas I .....	113
Tabel 4.19 Uji Multikolineritas II .....	114
Tabel 4.20 Uji Multikolineritas III .....	115



Tabel 4.21 Uji Multikolinieritas IV .....	115
Tabel 4.22 Uji Heteroskedastisitas I .....	117
Tabel 4.23 Uji Heteroskedastisitas II .....	117
Tabel 4.24 Uji Heteroskedastisitas III .....	118
Tabel 4.25 Uji Heteroskedastisitas IV .....	118
Tabel 4.26 Uji Autokorelasi I .....	119
Tabel 4.27 Uji Autokorelasi II .....	120
Tabel 4.28 Uji Autokorelasi III .....	121
Tabel 4.29 Uji Autokorelasi IV .....	121
Tabel 4.30 Analisis Regresi Linear Berganda .....	122
Tabel 4.31 Analisis MRA II .....	125
Tabel 4.32 Analisis MRA III .....	126
Tabel 4.33 Analisis MRA IV .....	128
Tabel 4.34 Uji Determinasi I .....	130
Tabel 4.35 Uji Determinasi II .....	130
Tabel 4.36 Uji Determinasi III .....	131
Tabel 4.37 Uji Determinasi IV .....	132
Tabel 4.38 Uji T Hipotesis 1 .....	133
Tabel 4.39 Uji T Hipotesis 2 .....	133
Tabel 4.40 Uji T Hipotesis 3 .....	134
Tabel 4.41 Uji T Hipotesis 4 .....	135
Tabel 4.42 Uji T Hipotesis 5 .....	136
Tabel 4.43 Uji T Hipotesis 6 .....	137
Tabel 4.44 Uji F .....	138

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahap proses pengambilan keputusan konsumen .....	55
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual .....	65
Gambar 3.1 Rancangan Penelitian .....	75
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Perusahaan UD. Indofrozenfood Sukses Mandiri Surabaya .....	93

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Berita Acara Bimbingan Skripsi

Lampiran 2. Format Revisi Skripsi

Lampiran 3. Surat Izin Penelitian

Lampiran 4. Berita Acara Seminar Proposal

Lampiran 5. Lembar persetujuan sempro

Lampiran 6. Kuisisioner Penelitian

Lampiran 7. Tabulasi Data

Lampiran 8. Data SPSS