



**UNIVERSITAS
PGRI ADI BUANA
SURABAYA**

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN
BRAND AWARENESS, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PIA ENFINA KHAS SURABAYA**

**Wahyu Lavia Ridho
181500181**

**Dosen Pembimbing
I Made Bagus Dwiarta, SE, MM.**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2021**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN
BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PIA ENFINA KHAS SURABAYA**

SKRIPSI

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

**WAHYU LAVIA RIDHO
181500181**

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

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pia Enfina Khas Surabaya

Identitas Mahasiswa

a. Nama : Wahyu Lavia Ridho
b. NIM : 181500181
c. Program Studi : Manajemen
d. Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Skripsi ini telah disetujui Dosen Pembimbing dan layak untuk diuji:

Tanggal : 2 Juni 2022

Dosen Pembimbing



I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M
NIP. 1109598/DY

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Pia Enfina Khas Surabaya

Identitas Mahasiswa

- a. Nama : Wahyu Lavia Ridho
- b. NIM : 181500181
- c. Program Studi : Manajemen
- d. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
- e. Alamat e-mail : laviawahyu@gmail.com

Surabaya, 23 Juli 2022

Mengetahui,
Dosen Pembimbing,


I Made Bagus Dwiarta, S.E, M.M
NPP : 1109598/DY

Menyetujui,
Kaprodi,


Dekan,
Tony Susito Wibowo, SE., M.Pd, M.SM
NPP : 0709494/DY


I Made Bagus Dwiarta, S.E, M.M
NPP : 1109598/DY

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

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

Hari : Jumat
Tanggal : 10 juni
Tahun : 2022

Dosen Penguji I,



Tony Susilo Wibowo, SE, Mpd, MSM
NPP. 0709494/DY

Dosen Penguji II,



Evita Purnaningrum S, SI, M.SI
NPP. 1504722/DY

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Wahyu Lavia Ridho
Nim : 181500181
Program Studi : Manajemen
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian (skripsi) saya dengan judul : “Pengaruh Kualitas Produk,Persepsi Harga dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pia Enfina Khas Surabaya”, yang saya usulkan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Tahun Akademik 2022 bersifat original.

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini (ditemukan unsur plagiasi), maka saya bersedia dituntut dan diproses dengan ketentuan hukum yang berlaku.

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

Surabaya 03 Agustus 2022

Mahasiswa



METERAI
TEMPEL
374EAJX902964031
Wahyu Lavia Ridho
NIM: 181500181

KATA PENGANTAR

Segala puji penulis panjatkan kehairat Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta kemudahan-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pia Enfina Khas Surabaya”

Pada penyusunan skripsi ini penulis mendapatkan banyak bantuan, support dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. M. Subandowo, M.S. sebagai Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya,
2. Bapak Tony Susilo Wibowo, S.E., M.Pd., M.SM., sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya,
3. Bapak I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M. sebagai Kaprodi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya,
4. Bapak I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M.. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu, memberikan pengarahan, serta bimbingan kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi,
5. Kepada bapak/ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya,
6. Terimakasih Kepada Ibu Indah yang telah memberikan izin penulis untuk dapat melakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan brand awareness terhadap keputusan pembelian pia enfina khas surabaya,
7. Kepada kedua orang tua saya, bapak Mukhid dan ibu Sunarti yang sangat saya cintai, yang selalu memberikan saya dukungan, motivasi dan doa restu kepada saya dalam penyusunan skripsi ini,

8. Kepada para sahabat serta teman teman yang selalu menemani, membantu dan menyemangati selama ini Ega,Emma,Putri,Wulan,Sahrul,
9. Kepada sahabat pengurus Senat Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang selalu menemani dan menyemangati mengerjakan skripsi,
10. Kepada seluruh rekan seperjuangan Prodi Manajemen khususnya kelas B angkatan 2018 yang selalu menemani selama 4 tahun.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan penulis dalam pengetahuan serta pembahasannya. Oleh karena itu, saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan untuk kesempurnaan skripsi ini. Sekali lagi terima kasih, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca serta semua pihak yang memerlukannya.

Surabaya 02 Juni 2022

penulis

MOTTO

**“Turun Jadi Pemain Bukan Hanya Jadi Penonton Dunia Ingin
Kamu Yang Mengubah”**

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	v
KATA PENGANTAR	vii
MOTTO	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TELAAH PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	21
2.2.1 Manajemen Pemasaran	21
2.2.2 Perilaku Konsumen	22
2.2.3 Kualitas Produk	24
2.2.3.1 Pengertian Kualitas Produk	24
2.2.3.2 Indikator Kualitas Produk	24
2.2.4 Persepsi Harga	26
2.2.4.1 Pengertian Persepsi Harga	26
2.2.4.2 Indikator Persepsi Harga	26

2.2.5 Brand Awareness	27
2.2.5.1 Pengertian Brand Awareness	27
2.2.5.2 Karakteristik Brand Awareness	28
2.2.5.3 Indikator Brand Awareness	29
2.2.6 Keputusan Pembelian	30
2.2.6.1 Pengertian Keputusan Pembelian	30
2.2.6.2 Proses Pengambilan Keputusan	32
2.2.6.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian	33
2.2.6.4 Indikator Keputusan Pembelian	35
2.2.7 Hubungan Antar Variabel	35
2.2.7.1 Hubungan Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian	35
2.2.7.2 Hubungan Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian	36
2.2.7.3 Hubungan Brand Awareness dan Keputusan Pembelian	36
2.2.8 Kerangka Konseptual	36
2.2.9 Hipotesis	38

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian	39
3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	42
3.2.1 Populasi	42
3.2.2 Sampel	42
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel	43
3.3 Jenis dan Sumber Data	43
3.3.1 Jenis Data	43
3.3.2 Sumber Data	44
3.4 Teknik Pengumpulan Data	44
3.4.1 Prosedur Pengumpulan Data	44
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	45

3.4.3 Lokasi Penelitian	46
3.4.4 Waktu Penelitian	46
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	
Variabel	46
3.5.1 Variabel Penelitian	47
3.5.2 Definisi Operasional Variabel	47
3.6 Teknik Analisis Data	49
3.6.1 Instrumen Pengujian Penelitian	49
3.6.1.1 Uji Validitas	49
3.6.1.2 Uji Realibilitas	49
3.6.2 Pengujian Asumsi Klasik	50
3.6.2.1 Uji Normalitas	50
3.6.2.2 Uji Multikolineritas	50
3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas	50
3.6.2.4 Uji Autokorelasi	51
3.6.3 Analisa Regresi Linear Berganda	51
3.6.4 Pengujian Hipotesis	52
3.6.4.1 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji-t)	52
3.6.4.2 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji-F)	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum	55
4.1.1 Sejarah Pia Enfina Khas Surabaya	55
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	56
4.2.1 Karakteristik Responden	56
4.2.2 Distribusi Frekuensi Variabel Penelitian	57
4.3 Analisis Data Penelitian	61
4.3.1 Pengujian Instrumen Penelitian	61
4.3.2 Uji Asumsi Klasik	64
4.3.2.1 Uji Normalitas	65
4.3.2.2 Uji Multikolinearitas	65
4.3.2.3 Uji Autokorelasi	66

4.3.2.4 Uji Heteroskedastisitas	67
4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda	68
4.3.4 Pengujian Hipotesis	70
4.3.4.1 Uji t	70
4.3.4.2 Uji F	71
4.4 Pembahasan	73
4.4.1 Kualitas Produk (X1) berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) pada konsumen Pia Enfina Khas Surabaya	73
4.4.2 Persepsi Harga (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada konsumen Pia Enfina Khas Surabaya	74
4.4.3 Brand Awareness (X3) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada konsumen Pia Enfina Khas Surabaya	75
4.4.4 <i>Kualitas Produk (X1), Persepsi Harga (X2), Brand Awareness(X3) Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada konsumen Pia Enfina Khas Surabaya</i>	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	79

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1 Skala <i>Likert</i>	41
Tabel 4.1 Karakteristik Usia	52
Tabel 4.2 Karakteristik Jenis Kelamin	53
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Variabel kualitas produk	54
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Harga	55
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Brand Awareness</i>	56
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	57
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas	58
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	60
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	60
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas	61
Tabel 4.11 Uji Autokorelasi	62
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	64
Tabel 4.14 Hasil Uji t	66
Tabel 4.15 Hasil Uji F	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penjualan Perusahaan	2
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	33
Gambar 3.1 Rancangan Penelitian	37
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	64

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian
- Lampiran 2 Surat Ijin Penelitian
- Lampiran 3 Berita Acara Ujian Proposal Skripsi
- Lampiran 4 Daftar Hadir Ujian Proposal Skripsi
- Lampiran 5 Kartu Bimbingan Skripsi
- Lampiran 6 Tabulasi Data : Kualitas Produk
- Lampiran 7 Tabulasi Data : Persepsi Harga
- Lampiran 8 Tabulasi Data : Brand Awareness
- Lampiran 9 Tabulasi Data : Keputusan Pembelian
- Lampiran 10 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 11 Uji Realibilitas
- Lampiran 12 Uji Asusmsi Klasik
- Lampiran 13 Analisis Regresi Linear Berganda
- Lampiran 14 Uji t
- Lampiran 15 Uji F
- Lampiran 16 Surat Balasan Penelitian
- Lampiran 17 Berita Acara Bimbingan Revisi Skripsi