

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat yang diberikan dan karunianya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul “**PENGARUH HARGA, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HIJAB** (Studi Kasus pada Galeri Elzatta Cabang Gayungsari Surabaya)”.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini masih banyak kekurangan, karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Namun penulis tetap berharap semoga skripsi bisa menjadi masukan yang berguna untuk penulis dikemudian hari.

Mulai dari penyusunan skripsi ini adalah berkat adanya bimbingan, bantuan, serta dorongan dari berbagai pihak. Maka kesempatan ini dengan penuh hormat, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Marianus Subandowo, M.S. selaku Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Bapak Drs. H. Teguh Purwanto, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. Bapak I Made Bagus Dwiarta, SE., M,M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
4. Bapak Dr. Moch. Munir Rachman, Drs. Ec.,M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah berusaha membimbing saya untuk menyelesaikan proposal skripsi dengan baik.
5. Bapak Drs. Suharyanto, M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah berusaha membimbing saya untuk menyelesaikan proposal skripsi dengan baik.

6. Bapak/Ibu dosen pengajar Program Studi S1 Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya yang telah banyak memberikan bekal ilmu pengetahuan.
7. Kepada Ibu Encik Lila N. Anantasari selaku Store Leader Galeri Elzatta Cabang Gayungsari Surabaya yang telah memberikan kesempatan tempat izin penelitian.
8. Kepada kedua orang tua saya, Bapak Alm. Priyo Widiyanto dan Ibu Supartini, serta kakakku Billy Arizona, Aprilia Masfufah dan keponakanku Aiko Azleen Arizona yang tak ada hentinya mengisi hari penuh cinta kasih dan keceriaan serta doa terhadap penulis sampai penelitian ini selesai.
9. Kepada Dahlan Pamungkas, S.Tr.T selaku orang spesial yang setia membimbing, memotivasi dan memberikan doa tulus hingga skripsi ini terselesaikan tepat waktu.
10. Kepada sahabat seperjuangan Ayyin, Idea, Rischa, Siska, dan Rendika selaku sahabat baik yang selalu membantu dan memberikan dukungan agar skripsi bisa terselesaikan tepat waktu. Dan juga kepada Ryan Dwi Septyawan selaku saudara saya, yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama pengerjaan skripsi ini.
11. Kepada semua rekan seperjuangan Prodi Manajemen khususnya kelas F angkatan 2016 yang selalu membantu dan memberikan dukungan selama 4 tahun ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan baik isi maupun susunannya mohon kritik dan saran untuk menyempurnakan skripsi ini dari semua pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat tidak hanya bagi penulis tetapi juga bagi para pembaca.

Surabaya, 03 Juli 2020

Penulis

MOTTO

“Belajar dari masa lalu, hidup untuk sekarang, dan berencana
untuk hari esok”

~Berliana Dwi Sandra~

ABSTRACT

This research was conducted at the Elzatta Gallery, Gayungsari Branch, Surabaya. This research was conducted with the aim of looking at the effect of price, brand image and product quality on hijab purchasing decisions. The population and sample in this study were 140 respondents using saturated sampling technique. The type of data used in this study is primary data or answers to questionnaires from respondents. The technique used to test the instrument is to use validity and reliability tests, classic assumption tests and multiple linear regression analysis methods. Based on the results of the t test, it shows that the variable price, brand image and product quality affect the hijab purchase decision. And based on the results of the F test, it states that there is an influence between price, brand image and product quality on the hijab purchase decision.

Keywords: Price, Brand Image, Product Quality & Purchasing Decisions

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di Galeri Elzatta Cabang Gayungsari Surabaya. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh harga, citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian hijab. Populasi dan sampel pada penelitian ini sebanyak 140 responden dengan menggunakan teknik sampling jenuh. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer atau jawaban kuesioner dari responden. Teknik yang digunakan untuk uji instrumen yaitu menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik serta metode analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa variabel harga, citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian hijab. Dan berdasarkan hasil uji F menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara harga, citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian hijab.

Kata kunci: Harga, Citra Merek, Kualitas Produk & Keputusan Pembelian.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL SKRIPSI	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAN KEASLIAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
MOTTO	vii
ABSTRACT	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori	12
2.2.1 Pengertian Pemasaran.....	12
2.2.2 Manajemen Pemasaran	13
2.2.3 Perilaku Konsumen	14
2.2.4 Harga.....	14
2.2.4.1 Pengertian Harga.....	14
2.2.4.2 Tujuan Penetapan Harga	15
2.2.4.3 Strategi Penetapan Harga	16
2.2.4.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga	17
2.2.4.5 Indikator Harga	18
2.2.5 Citra Merek.....	19
2.2.5.1 Pengertian Merek.....	19
2.2.5.2 Tujuan Pemberian Merek	19
2.2.5.3 Pengertian Citra Merek.....	20

2.2.5.4 Manfaat Citra Merek.....	21
2.2.5.5 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Citra Merek.....	22
2.2.5.6 Indikator Citra Merek.....	22
2.2.6 Kualitas Produk.....	23
2.2.6.1 Pengertian Produk.....	23
2.2.6.2 Tingkatan Produk.....	23
2.2.6.3 Pengertian Kualitas Produk.....	24
2.2.6.4 Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	25
2.2.6.5 Indikator Kualitas Produk.....	28
2.2.7 Keputusan Pembelian.....	28
2.2.7.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	28
2.2.7.2 Proses Keputusan Pembelian.....	29
2.2.7.3 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	31
2.2.7.4 Indikator Keputusan Pembelian.....	31
2.3 Kerangka Konseptual.....	32
2.4 Hipotesis.....	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
3.1 Rancangan Penelitian.....	35
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	37
3.2.1 Populasi.....	37
3.2.2 Sampel.....	38
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	38
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	39
3.3.1 Jenis Penelitian.....	39
3.3.2 Sumber Data.....	39
3.4 Teknik Pengambilan Data.....	40
3.4.1 Prosedur Pengumpulan Data.....	40
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.4.3 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	41
3.4.3.1 Lokasi Penelitian.....	41
3.4.3.2 Waktu Penelitian.....	41
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel....	42
3.5.1 Variabel Penelitian.....	42
3.5.2 Definisi Operasional Variabel.....	42
3.5.2.1 Harga.....	42

3.5.2.2 Citra Merek.....	43
3.5.2.3 Kualitas Produk	43
3.5.2.4 Keputusan Pembelian	43
3.6 Kisi-kisi Instrumen Dalam Pengumpulan Data	44
3.7 Teknik Analisis Data.....	44
3.7.1 Instrumen Pengujian Penelitian	45
3.7.2 Uji Normalitas	46
3.7.3 Pengujian Asumsi Klasik.....	46
3.7.3.1 Uji Multikolinieritas	47
3.7.3.2 Uji Autokorelasi	47
3.7.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	47
3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda	48
3.7.5 Pengujian Hipotesis.....	48
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Penyajian Data dan Penelitian	51
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	51
4.1.1.1 Identitas Perusahaan	51
4.1.1.2 Sejarah Perusahaan	51
4.1.1.3 Struktur Organisasi.....	54
4.2 Deskripsi hasil Penelitian.....	55
4.2.1 Penjelasan Responden Terhadap Butir Pernyataan	55
4.2.2 Variabel Harga (X_1)	55
4.2.3 Variabel Citra Merek (X_2)	58
4.2.4 Variabel Kualitas Produk(X_3).....	60
4.2.5 Variabel Keputusan Pembelian (Y)	62
4.2.6 Rekapitulasi Total Skor Jawaban Responden	64
4.3 Pengujian Instrumen Penelitian	72
4.3.1 Uji Validitas	72
4.3.2 Uji Realibilitas	76
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	78
4.4.1 Uji Normalitas	78
4.4.2 Uji Multikolineartas.....	80
4.4.3 Uji Autokorelasi	81
4.4.4 Uji Heterokedastisitas	81
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	83
4.6 Pengujian Hipotesis	85

4.6.1 Uji-t.....	85
4.6.2 Uji F.....	86
4.7 Koefisien Determinasi.....	87
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian.....	89
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	95
5.1 Simpulan.....	95
5.2 Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Konseptual	33
3.1 Rancangan Penelitian	36
4.1 Struktur Organisasi	54

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
3.1 Data Sementara Responden	37
3.2 Skala Likert	41
3.3 Kisi-kisi Instrumen Penelitian	44
4.1 Penilaian Responden	55
4.2 Frekuensi Variabel Harga	56
4.3 Frekuensi Variabel Citra Merek	58
4.4 Frekuensi Variabel Kualitas Produk	60
4.5 Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	62
4.6 Data Persiapan Analisis.....	65
4.7 Uji Validitas Variabel Harga (X1)	72
4.8 Uji Validitas Variabel Citra Merek (X2)	73
4.9 Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X3)	74
4.10 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	75
4.11 Uji Reabilitas Variabel Harga	77
4.12 Uji Reabilitas Variabel Citra Merek	77
4.13 Uji Reabilitas Variabel Kualitas Produk	77
4.14 Uji Reabilitas Variabel Keputusan Pembelian	78
4.15 Hasil Uji Normalitas	79
4.16 Hasil Uji Multikolinearitas	80
4.17 Hasil Uji Autokorelasi	81
4.18 Hasil Uji Heterokedastisitas Glesjer	82
4.19 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	83
4.20 Hasil Uji t	85
4.21 Hasil Uji F	87
4.22 Hasil Uji Determinasi	88
4.23 Interpretasi Koefisien Korelasi	89

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Surat Ijin Penelitian
- Lampiran 2. Surat Balasan Ijin Penelitian dari Galeri Elzatta
- Lampiran 3. Daftar Bimbingan Skripsi
- Lampiran 4. Berita Acara Ujian Proposal Skripsi
- Lampiran 5. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 6. Tabulasi Jawaban Responden
- Lampiran 7. Hasil Olah Data SPSS
- Lampiran 8. Halaman Persetujuan
- Lampiran 9. Berita Acara Bimbingan Revisi Skripsi