

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU
VENTELA**

SKRIPSI

Oleh:

Arip Syaripudin

201610325202



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2020**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Citra Merek dan Harga
Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu
Ventela
Nama Mahasiswa : Arip Syaripudin
Nomor Pokok Mahasiswa : 201610325202
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi
Tahun Lulus Ujian Skripsi : 23 Juli 2020

Jakarta, 23 Juli 2020

MENYETUJUI

Pembimbing



Neng Siti Komariah, S.E.,M.M.

NIDN 0327128105

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap
Keputusan Pembelian Sepatu Ventela
Nama Mahasiswa : Arip Syaripudin
Nomor Pokok Mahasiswa : 201610325202
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 23 Juli 2020

Jakarta, 4 Agustus 2020

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.
NIDN : 0325057908

Penguji I : Neng Siti Komariah, S.E., M.M.
NIDN : 0327128105

Penguji II : Dewi Sri Woelandari P.G, S.E., M.Sc.
NIDN : 0303017106

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen



M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.
NIDN : 0325057908

Dekan
Fakultas Ekonomi



Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP.
NIDN : 0318107101

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala, karena atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penyusunan skripsi dengan judul “**Analisis Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela**” ini dapat terselesaikan. Skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa adanya dukungan, bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, dengan kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Irjen Pol. (Purn) Dr. Drs. Bambang Karsono, SH, MM selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
2. Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP. selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
3. M. Fadhli Nursal, SE, MM selaku Kaprodi Manajemen Universitas Bahayangkara Jakarta Raya
4. Rycha Kuwara Sari., SE., MM, selaku Dosen Pembimbing Akademik
5. Neng Siti Komariah SE.,MM, selaku Dosen Pembimbing peneliti yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan Tugas Akhir.
6. Orang tua penulis dan anggota keluarga penulis yang telah memberi doa, dorongan, bantuan dukungan material serta moral.
7. Seluruh teman-teman seperjuangan dari kampus dan Kantor Pusat Diskusi yang mana dukungan dan kekompakan nya selalu membuat penulis semangat dan optimis.

Jakarta, 4 Agustus 2020

Penulis

Arip Syaripudin

ABSTRAK

Arip Syaripudin (201610325202) Analisis Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada pengaruh citra merek, harga terhadap keputusan pembelian Sepatu Ventela. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 171 responden. Teknik sampling dengan menggunakan *Non-Probability Sampling* dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 171 responden. Teknik Pengambilan data dengan cara menyebarkan kuesioner. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis *Regresi Linier Berganda*. Subjek penelitian yaitu Mahasiswa/I Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2017. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Citra Merek, Harga, secara signifikan memiliki hubungan dan pengaruh positif terhadap variabel Keputusan Pembelian.

Kata kunci: Citra Merek, Harga, dan Keputusan Pembelian

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul

Analisis Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari di temukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini untuk dipinjamkan dan digunakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 4 Agustus 2020

Yang Membuat Pernyataan,



Arip Syaripudin

201610325202

ABSTRACT

Arip Syaripudin (201610325202) *Analysis Influence of Brand Image and Price for Purchase Decision at the Sepatu Ventela*

This study aims to determine the effect of Brand Image and Price for Purchase Decision at the Sepatu Ventela. This type of research is quantitative. The population in this study amounted to 171 respondent. Sampling technique using Non-Probability Sampling using Purposive Sampling technique. The sample in this study amounted to 171 respondent. Data collection techniques by distributing questionnaires. Testing the hypothesis in this study using Multiple Linear Regression analysis. The subjects of the study were the University of Bhayangkara Jakarta Raya student class of 2017. The results of this study indicate that the Brand Image variable, Work Price, has a significant relationship and a positive influence on Purchase Decision variables.

Keywords: *Brand Image, Price, and Purchase Decision*

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah	5
1.3 Rumusan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.6 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Citra Merek	8
2.1.1 Pengertian Citra Merek	8
2.1.2 Faktor – faktor yang mempengaruhi Citra Merek	9
2.1.3 Indikator Citra Merek	9
2.2 Harga	11
2.2.1 Pengertian Harga	11
2.2.2 Tujuan Harga	12
2.2.3 Faktor yang Mempengaruhi Harga	12

2.2.4	Indikator Harga	12
2.3	Keputusan Pembelian.....	13
2.3.1	Pengertian Keputusan Pembelian.....	13
2.3.2	Faktor – faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	14
2.3.3	Indikator Keputusan Pembelian.....	15
2.4	Penelitian Terdahulu	16
2.5	Kerangka Pemikiran.....	22
2.5.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	22
2.5.2	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	22
2.5.3	Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian	22
2.6	Hipotesis.....	23
2.6.1	Hubungan Antara Citra Merek Terhadap Keputusan	24
2.6.2	Hubungan Antara Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	24
2.6.3	Hubungan Antara Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		25
3.1	Desain Penelitian.....	25
3.2	Tahapan Penelitian	25
3.3	Model Konseptual	26
3.4	Operasional Variabel.....	28
3.4.1	Variabel Independen.....	28
3.4.2	Variabel Dependen	28
3.5	Waktu dan Tempat Penelitian	30
3.5.1	Waktu Penelitian	30
3.5.2	Tempat Penelitian.....	30
3.6	Metode Pengambilan Sampel.....	30
3.6.1	Populasi Penelitian.....	30
3.6.2	Sampel Penelitian.....	30
3.7	Teknik Pengumpulan Data.....	31

3.7.1	Kuesioner atau Angket	31
3.8	Jenis dan Sumber Data	32
3.8.1	Data Primer.....	32
3.8.2	Data sekunder	32
3.9	Metode Analisis Data.....	33
3.9.1	Uji Validitas	33
3.9.2	Uji Reliabilitas	33
3.9.3	Uji Asumsi Klasik.....	33
3.9.4	Uji Normalitas.....	34
3.9.5	Uji Multikolinieritas.....	34
3.9.6	Uji Heteroskedastisitas.....	34
3.9.7	Uji Analisis Regresi Linier Berganda	34
3.10	Pengujian Hipotesis.....	35
3.10.1	Uji Kelayakan (Uji F).....	35
3.10.2	Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T)	35
3.10.3	Analisis Koefisien Determinasi.....	36

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....37

4.1	Gambaran Umum Perusahaan	37
4.1.1	Sejarah Perusahaan.....	37
4.1.2	Visi	37
4.1.3	Misi	37
4.2	Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner	38
4.3	Uji Kualitas Data	40
4.3.1	Uji Validitas	40
4.3.2	Uji Reliabilitas	42
4.4	Uji Asumsi Klasik	43
4.4.1	Uji Normalitas.....	43
4.4.2	Uji Multikolinieritas.....	46
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas.....	46
4.5	Analisis Regresi Linier Berganda.....	47
4.6	Uji Hipotesis	48

4.6.1	Uji T	48
4.6.2	Uji F	50
4.6.3	Uji Koefisien Determinasi.....	51
4.7	Pembahasan Hasil Penelitian.....	52
BAB V PENUTUP.....		56
5.1	Kesimpulan.....	56
5.2	Implikasi Manajerial.....	56
DAFTAR PUSTAKA		58

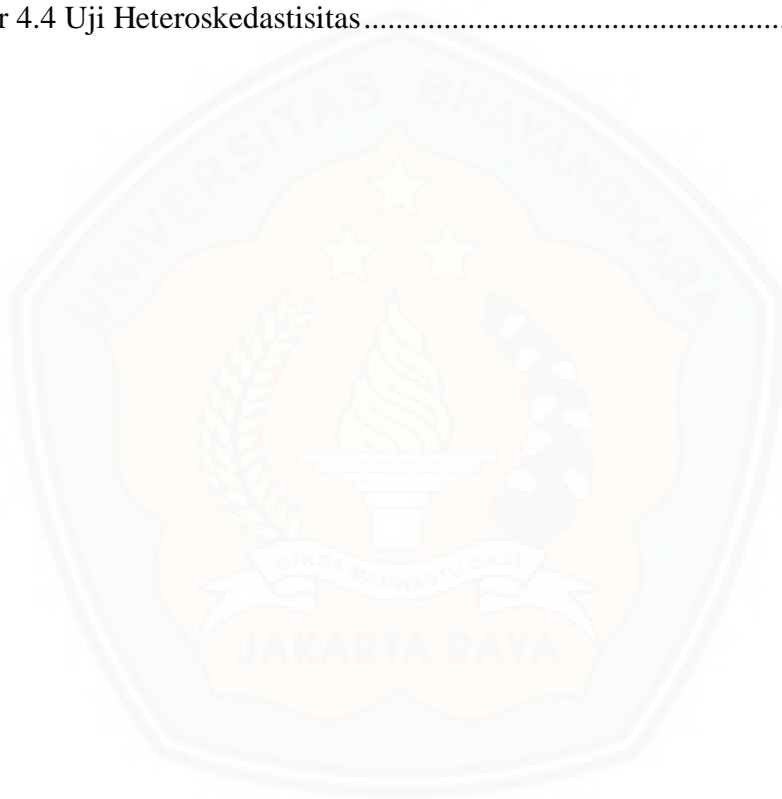


DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Volume Penjualan	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	29
Tabel 3.2 Skala Likert	32
Tabel 4.1 Hasil Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner	38
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4.4 Uji Validitas Citra Merek (X1)	41
Tabel 4.5 Uji Validitas Harga (X2).....	41
Tabel 4.6 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	41
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas Citra Merek (X1)	42
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Harga (X2)	43
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y).....	43
Tabel 4.10 Uji Normalitas.....	45
Tabel 4.11 Uji Multikolinieritas.....	46
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linier berganda	48
Tabel 4.13 Hasil Uji T.....	49
Tabel 4.14 Hasil Uji F.....	50
Tabel 4.15 Uji Koefisien Determinasi	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	22
Gambar 3.1 Model Konseptual	27
Gambar 4.1 Diagram Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Gambar 4.2 Diagram Responden berdasarkan Usia	40
Gambar 4.3 Uji Normalitas	44
Gambar 4.4 Uji Heteroskedastisitas.....	47



DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner Penelitian
2. Tabulasi Data
3. T tabel, F tabel, R tabel
4. Data SPSS
5. Surat Riset
6. Uji Plagiarisme
7. Uji Referensi
8. Curriculum Vitae

