

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *OUTDOOR*
CONSINA *OFFICIAL STORE* DI KOTA DEPOK**

TUGAS AKHIR

MUHAMAD IRFAN HISYAM MAULUDIN

183112340250262



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2022**

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *OUTDOOR*
CONSINA *OFFICIAL STORE* DI KOTA DEPOK**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Oleh :

MUHAMAD IRFAN HISYAM MAULUDIN

183112340250262



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2022**

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul:

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *OUTDOOR* CONSINA *OFFICIAL STORE* DI KOTA DEPOK

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali yang jelas rujukannya. Tugas akhir ini pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis diperguruan tinggi lain. Semua data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 12 Agustus 2022



MUHAMAD IRFAN HISYAM MAULUDIN

NPM : 183112340250262

LEMBAR PERSETUJUAN

**Judul Tugas akhir : PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS
PRODUK DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK *OUTDOOR* CONSINA *OFFICIAL*
STORE DI KOTA DEPOK**

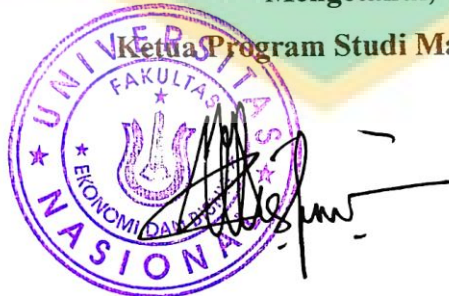
**Nama Mahasiswa : MUHAMAD IRFAN HISYAM MAULUDIN
Nomor Pokok : 183112340250262
Program Studi : MANAJEMEN**

**Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir,**

(Dr. Drs. Suadi Sapta Putra, M.Si.M)

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen,



(Dr. Resti Hardini, SE., M.Si)

Jakarta: 15 September 2022

LEMBAR PENGESAHAN

**Judul Tugas akhir : PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS
PRODUK DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK *OUTDOOR* CONSINA *OFFICIAL*
STORE DI KOTA DEPOK**

**Nama Mahasiswa : MUHAMAD IRFAN HISYAM MAULUDIN
Nomor Pokok : 183112340250262
Program Studi : MANAJEMEN**

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir,

(Dr. Drs. Suadi Sapta Putra, M.Si.M)

Ketua Penguji,

Anggota / Penguji,

(Prof. Dr. Umar Basalim, DES)

(Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M.)

Mengetahui,

Dekan

(Kumba Djogdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D.)

Jakarta : 15 September 2022

Tanggal Lulus: 2 September 2022

ABSTRAK

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *OUTDOOR* CONSINA *OFFICIAL STORE* DI KOTA DEPOK

Oleh :

Muhamad Irfan Hisyam Mauludin

NPM : 183112340250262

Tugas akhir dibawah bimbingan bapak Dr. Drs. Suadi Sapta Putra, M.Si.M.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian *Consina Official Store* Kota Depok. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang mengambil 100 responden sesuai dengan rumus Anderson. Penelitian ini menggunakan data primer dengan metode pengumpulan data menyebarkan kuesioner kepada konsumen *Consina Official Store* Kota Depok. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik analisis data inferensial disertai analisis regresi linier berganda dan diolah menggunakan software *Statistical Product and Service Solution* versi 23. Hasil penelitian ini yang melihat dari analisis regresi linier berganda menyatakan bahwa, variable Citra merek (X_1), Kualitas Produk (X_2), dan variabel Persepsi Harga (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE EFFECT OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY, AND PRICE PERCEPTION ON PURCHASE DECISIONS FOR OUTDOOR CONSINA OFFICIAL STORE PRODUCTS IN DEPOK CITY

By :

Muhamad Irfan Hisyam Mauludin

NPM : 183112340250262

The final project under the guidance of Mr. Dr. Drs. Suadi Sapta Putra, M.Si.M.

The purpose of this study was to analyze the effect of Brand Image, Product Quality, Price Perception on the Purchase Decision of Consina Official Store Depok City. This study uses quantitative methods with data collection techniques using a questionnaire that takes 100 respondents according to the Anderson formula. This study uses primary data with data collection methods distributing questionnaires to consumers Consina Official Store Depok City. The data collected were analyzed using inferential data analysis techniques with multiple linear regression analysis and processed using Statistical Product and Service Solution version 23 software. The results of this study which saw the multiple linear regression analysis stated that, the brand image variable (X1), product quality (X2), and price perception variable (X3) had a positive and significant effect on purchasing decisions (Y). and Price Perception variable (X3) has a positive and significant effect on Purchase Decision (Y).

Keywords: Brand Image, Product Quality, Price Perception and Purchase Decision

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. DATA PRIBADI

Nama : Muhamad Irfan Hisyam Mauludin
Tempat, Tanggal Lahir : Garut, 13 Juli 1998
Jenis Kelamin : Laki - Laki
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat Rumah : Puri Bukit Depok G.3/6 Desa Sasakpanjang,
Kecamatan Tajurhalang, Kabupaten Bogor 16320
Telpon/HP : 081382534623
Email : irfandvox99@gmail.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

2004-2010 : SDS LABORATORIUM P3GSD-KKGJ
2010-2013 : Tsanawiyah Persis Tarogong Garut
2013-2016 : SMAN 1 TAJURHALANG
2018-2022 : Universitas Nasional

Jakarta, 12 Agustus 2022



Muhamad Irfan Hisyam Mauludin

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warohmatullahi Wabarakatuh

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadiran Allah S.W.T atas limpahan rahmat dan karunianya serta Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita baginda Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, para sahabat dan para pengikutnya seluruh umat Islam, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini yang berjudul **“PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *OUTDOOR* CONSINA *OFFICIAL* STORE DI KOTA DEPOK”**. Tujuan penyusunan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai Studi Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional. Dalam penyusunan tugas akhir ini penulis tentunya mengalami hambatan baik yang bersifat teknis maupun yang lainnya. Namun berkat dukungan, kerjasama, dorongan semangat dan bantuan dari berbagai pihak maka hambatan tersebut dapat diatasi dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan kerendahan, rasa kasih sayang penulis, dan rasa hormat penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional
5. Bapak Dr. Drs. Suadi Sapta Putra, M,Si. selaku dosen pembimbing tugas akhir yang sangat berperan besar dalam menyelesaikan tugas akhir ini karena telah

bersedia meluangkan waktu, tenaga, pikiran, dan kesabarannya untuk memberikan arahan, berbagi ilmu, dan bimbingan secara tulus kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini sampai akhir.

6. Segenap dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional memberikan ilmu, dan memberikan dukungan serta menciptakan motivasi belajar yang baik kepada penulis selama menempuh pendidikan pada Universitas Nasional Jakarta.
7. Orang Tua saya tercinta Ibu Sri Hendrayati dan Ayah saya tercinta Muhidin yang telah memberi dukungan dan motivasi agar semangat dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Kepada teman-teman seperjuangan dari semester awal sampai saat ini Agum Dwi Laksono, Rachmat Hidayat, Muhamad Aditya, Muhammad Rizky Putra Purwadi, yang telah memberikan support dan semangat dalam membantu menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Kepada Rani Rachmadani, Rika Nur H dan Ine Aryska yang telah banyak membantu semasa perkuliahan, berbagi cerita, pengalaman, canda dan tawa, dan seluruh teman-teman Universitas Nasional.
10. Kepada sobat warkop pratama Indra Gunawan, Timotius, Nafi Iansyah, Ibnu pranata, yang selalu memberikan semangat dan motivasi untuk melupakan terlebih dahulu tentang asmara percintaan agar cepat menyelesaikan tugas akhir ini.
11. Kepada Alsya yang sudah memberikan arahan dalam mengoprasikan aplikasi program SPSS versi 23, dan juga seluruh pihak-pihak yang sudah membantu penulis menyusun tugas akhir ini hingga selesai, semoga bantuan dan kebaikan yang telah diberikan mendapat balasan pahala yang berlipat ganda dari Allah Subhanahu Wata'ala.
12. Kepada rekan-rekan warkop pratama kang Syamsul, bang Rizky, bang David, bang Hadi, bang Nizal dan masih banyak lagi, yang telah memberikan motivasi dan semangat kepada penulis agar bisa menyelesaikan tahapan demi tahapan dan tantangan yang di hadapi selama penulisan ini.

Dengan penuh kesadaran diri dan segala kerendahan hati, penulis menyadari Tugas Akhir ini tidak terlepas dari berbagai kekurangan dan kesalahan penulisan maupun materi yang disajikan. Maka penulis berharap akan ada tindak lanjut berupa saran dan kritik yang membangun setelah penyusunan Tugas Akhir ini agar dapat bermanfaat untuk kita semua. Amin...

Terima Kasih,

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh



Penulis,

Muhamad Irfan Hisyam Mauludin

183112340250262

DAFTAR ISI

SAMPULDALAM	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Teori Terkait Variabel Penelitian.....	11
B. Manajemen Pemasaran.....	11
C. Keputusan Pembelian	15
D. Citra Merek	19
E. Kualitas Produk.....	22
F. Persepsi Harga	26
G. Keterkaitan antar Variabel Penelitian	28
H. Hasil Penelitian Terdahulu	29
I. Kerangka Analisis.....	34
J. Hipotesis	36
BAB III METEDOLOGI PENELITIAN	37
A. Objek Penelitian	37
B. Data Penelitian.....	37
1. Sumber Data dan Jenis Data	37

2. Populasi dan Sampel	38
3. Teknik dan Alat Pengumpulan Data	39
C. Definisi Operasional Variable	39
D. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
A. Hasil Penelitian	48
1. Deskripsi Objek Penelitian.....	48
2. Sejarah Singkat Perusahaan	50
3. Karakteristik Responden	50
B. Pembahasan	70
1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	70
2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	71
3. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	74
A. Kesimpulan	74
B. Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	76
DAFTAR LAMPIRAN	77



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 TRENDS GOOGLE 2021-2022	3
Tabel 2.1 Sumber Jurnal Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1 Instrumen Skala Likert.....	39
Tabel 3.2 Definisi Operasional	40
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	53
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	55
Tabel 4. 6 Deskriptif Variabel Citra Merek	56
Tabel 4. 7 Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	57
Tabel 4. 8 Deskriptif Variabel Persepsi Harga.....	58
Tabel 4. 9 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	59
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas.....	61
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas.....	62
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas	63
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinieritas	64
Tabel 4. 14 Hasil Uji Korelasi	64
Tabel 4. 15 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	65
Tabel 4. 16 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	66
Tabel 4. 17 Hasil Uji F.....	68
Tabel 4. 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi	68
Tabel 4. 19 Hasil Uji t.....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Kerangka Analisis	34
Gambar 4. 1 Diagram Presentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Gambar 4. 2 Diagram Presentase Responden Berdasarkan Usia	51
Gambar 4. 3 Diagram Presentase Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	53
Gambar 4. 4 Diagram Presentase Responden Berdasarkan Pendapatan	54
Gambar 4. 5 Diagram Presentase Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian	55

