

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIXUE
(Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Nasional Angkatan 2020)**

TUGAS AKHIR

KURNIAWAN PRASTIO

203402516062



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2024**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIXUE
(Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Nasional Angkatan 2020)**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana
Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

KURNIAWAN PRASTIO

203402516062



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2024**

LEMBAR PERNYATAAN

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIXUE
(Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Nasional Angkatan 2020)**

Ide atau hasil penelitian yang disampaikan oleh penulis merupakan karya orisinal, tidak termasuk kutipan dari sumber lain. Tugas akhir ini belum pernah diajukan di perguruan tinggi lain untuk mendapatkan gelar serupa. Semua data dan informasi yang digunakan telah dijelaskan secara rinci dan dapat diverifikasi kebenarannya.

Jakarta, 16 Februari 2024



Kurniwan Prastio

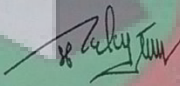
NPM : 203402516062

LEMBAR PERSETUJUAN

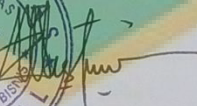
Judul Tugas Akhir : PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIXUE (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Nasional Angkatan 2020)

Nama Mahasiswa : Kurniawan Prastio
Nomor Pokok : 203402516062
Program Studi : MANAJEMEN

Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir,


Dr. Subur Karyatun, S.E., M.M

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen


Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.

Jakarta, 16 Februari 2023

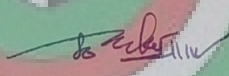
LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIXUE (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Nasional Angkatan 2020)**

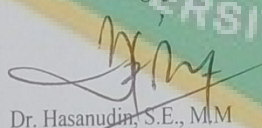
Nomor Pokok : 203402516062
Program Studi : MANAJEMEN
Nama Mahasiswa : Kurniawan Prastio

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

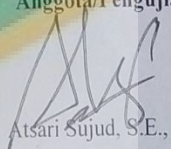
Menyetujui
Pembimbing Tugas Akhir


Dr. Subur Karyatun, S.E., M.M

Ketua Penguji,



Dr. Hasanudin, S.E., M.M

Anggota/Penguji,


Atsari Sujud, S.E., M.M

Mengetahui

Dekan,


Prof. Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D.

Jakarta :23 Februari 2024

Tanggal Lulus :23 Februari 2024

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIXUE (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Nasional Angkatan 2020)

Oleh :

Kurniawan Prastio

NPM: 203402516062

Tugas Akhir , dibawah bimbingan Dr. Subur Karyatun, S.E., M.M

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Nasional Angkatan 2020). Penelitian ini menggunakan data primer. Teknik pengambilan sampel yaitu *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling* melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa manajemen Universitas Nasional angkatan 2020 sebanyak 100 responden yang pernah membeli mixue. Teknik analisis data dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dan menggunakan program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 20.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan persepsi harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Sebelumnya telah diuji terhadap item-item pertanyaan yang dinyatakan valid serta reliabel.

Kata kunci : kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE, AND PRICE PERCEPTION ON THE DECISION TO PURCHASE MIXUE PRODUCTS

(Study of National University Management Students Class of 2020)

By:

Kurniawan Prastio

NPM: 203402516062

Final Project, under the guidance of Dr. Subur Karyatun, S.E., M.M

This research was conducted to analyze the influence of product quality, brand image and price perception on purchasing decisions for mixue products (Study of National University Management Students Class of 2020). This research uses primary data. The sampling technique is non-probability sampling with a purposive sampling method by distributing questionnaires to National University management students class of 2020 as many as 100 respondents who have purchased mixue. The data analysis technique uses multiple linear regression analysis and uses the Statistical Product and Service Solution (SPSS) version 20 program.

The research results show that product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions and price perception has a positive and insignificant effect on purchasing decisions. Previously, it had been tested on question items which were declared valid and reliable.

Keywords: Product quality, Brand Image, Price Perception, Purchase Decision.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. BIODATA DIRI

Nama : Kurniawan Prastio
NPM : 203402516062
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Tempat/Tgl. Lahir : Peraduan Waras, 20 Oktober 2000
Tempat Tinggal : Gg. Manggis No.41 b 6, RT.6/RW.10, Jati Padang, Ps. Minggu, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12540
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

Tahun 2006-2012 : MI Raudhatus Shalihin
Tahun 2012-2015 : SMP Swasta Tri Sukses
Tahun 2015-2018 : SMA Swasta Tri Sukses
Tahun 2020-2024 : Universitas Nasional

Jakarta, 30 Februari 2024



Kurniawan Prastio

203402516062

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala, yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya. Serta salam yang senantiasa saya sampaikan kepada junjungan Nabi Muhammad Shalallaahu Alaihi Wassalaam. Terima kasih yang tak terhingga saya sampaikan atas segala bantuan, bimbingan, dan dukungan yang telah diberikan oleh berbagai pihak dalam penyelesaian tugas akhir ini yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Nasional Angkatan 2020)".

Tujuan utama penulisan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi syarat dalam meraih gelar Sarjana Strata Satu (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen, Universitas Nasional Jakarta. Saya ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhitung kepada pihak yang terlibat sehingga saya bisa sukses menyelesaikan tugas akhir ini:

1. Rektor Universitas Nasional, Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional, Bapak Prof. Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D.
3. Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional, Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M.
4. Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional, Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.
5. Dosen Pembimbing, Ibu Dr. Subur Karyatun, S.E., M.M., yang telah memberikan bimbingan dan motivasi.
6. Dosen Pembimbing Akademik, Bapak Dr. Elwisam, SE., MM.
7. Seluruh dosen Universitas Nasional, khususnya dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
8. Staf Administrasi dan Staf Sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.

9. Orang tua dan keluarga saya di kampung maupun di perantauan yang senantiasa memberikan doa, dukungan, dan motivasi.
10. Rahmadiva Aprilia Putri dan Galih Wira Mada yang telah membantu dalam memberikan dukungan, informasi, dan semangat.
11. Teman-teman dari Himajem FEB Universitas Nasional Periode 2023/2024.
12. Dan orang yang sering bertanya "Kapan lulus?" yang membuat penulis termotivasi untuk menyelesaikan skripsi.
13. Responden yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini.

Saya menyadari secara jelas bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan tugas akhir ini, sebab itu, saran dan kritik dari pembaca sangat saya harapkan. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta bagi saya sebagai penulis.

Terima kasih atas perhatiannya. Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.



DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
LEMBAR PESETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iiiv
ABSTRACT	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
1. Tujuan Penelitian.....	6
2. Kegunaan Penelitian.....	7
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Manajemen Pemasaran.....	8
1. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	8
2. Keputusan Pembelian	10
3. Kualitas Produk	13
4. Citra Merek.....	14
5. Persepsi Harga.....	18
B. Keterkaitan Antar Variable Penelitian	20
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	20
2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	20
3. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	21
C. Hasil Penelitian Terdahulu.....	22

D. Kerangka Analisis	25
E. Hipotesis.....	27
BAB III.....	28
METODE PENELITIAN.....	28
A. Objek Penelitian	28
B. Data Penelitian	28
1. Sumber Data Dan Jenis Data.....	28
2. Populasi Dan Sampel.....	29
3. Teknik Dan Alat Pengumpulan Data.....	30
C. Definisi Operasional Variabel.....	31
D. Metode Analisis Dan Pengujian Hipotesis.....	32
1. Metode analisis.....	32
2. Uji Instrument.....	34
3. Regresi Linier Berganda.....	35
4. Uji Asumsi Klasik	36
5. Uji Kelayakan Model	37
6. Pengujian Hipotesis (Uji t).....	38
BAB IV.....	40
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
A. Hasil Penelitian	40
1. Deskripsi Data Penelitian	40
2. Karakteristik Responden	40
3. Hasil Analisis Deskriptif	44
4. Uji Instrumen.....	49
5. Uji Asumsi Klasik	51
6. Analisis Inferensial.....	54
7. Uji Kelayakan Model	56
8. Uji Hipotesis (Uji t).....	57
B. Pembahasan Penelitian.....	59
1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	59
2. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	60
3. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian	61

BAB V	62
KESIMPULAN DAN SARAN	62
A. Kesimpulan	62
B. Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	65



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pra-Survey Keputusan Pembelian Produk Mixue Mahasiswa Manajemen Universitas Nasional Angkatan 2020.....	3
Tabel 2. 1 Penelitian Sebagai Rujukan	22
Tabel 3. 1 Pengukuran Skala Likert.....	31
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	31
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	42
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan atau Gaji	43
Tabel 4. 4 Skala Likert.....	44
Tabel 4. 5 Rata – Rata Total Skor Mean Kualitas Produk (X1)	45
Tabel 4. 6 Rata – Rata Total Skor Mean Citra Merek (X2).....	46
Tabel 4. 7 Rata – Rata Total Skor Mean Persepsi Harga (X3)	47
Tabel 4. 8 Rata – Rata Total Skor Mean Keputusan Pembelian (Y)	48
Tabel 4. 9 Validitas Variabel	49
Tabel 4. 10 Uji Reliabilitas	50
Tabel 4. 11 Uji Normalitas.....	51
Tabel 4. 12 Uji Multikolinearitas.....	52
Tabel 4. 13 Uji Heteroskedastisitas.....	53
Tabel 4. 14 Hasil Uji Autokorelasi	54
Tabel 4. 15 Analisis Regresi Linear Berganda	55
Tabel 4. 16 Uji F.....	56
Tabel 4. 17 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	57
Tabel 4. 18 Uji Hipotesis	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2 .1 Kerangka Analisis	26
Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Gambar 4. 2 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	42
Gambar 4 3 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan atau Gaji	43

