

SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
ZARA DI TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA**



OLEH:

SERAFICHA ANGELIA

16116020

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA**

2021

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI -
PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
ZARA DI TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA

Oleh

Seraficha Angelia

16116020

Telah Diuji dan Dipertahankan Dihadapan Tim Penguji
Pada tanggal 28 Januari 2021

Ketua : Dr. Maria Widyastuti, M.M.

Anggota : Dr. Thyophoida, WSP, M.M.

Drs. Ec. Bruno Hami, M.M.



LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Seraficha Angelia

NPM : 16116020

Fakultas : Ekonomi

Prodi : Manajemen

Judul : Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk ZARA di Tunjungan Plaza Surabaya

Surabaya, 06 Desember 2020

Dosen Pembimbing,
Tanggal:



Thyophoida W.S.P., S.E., M.M.

Mengetahui:

Ketua Program Studi
Tanggal:



Lilik Indrawati, S.E., M.M.

SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
ZARA DI TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA**

Oleh

Seraficha Angelia
16116020

Dipertahankan di depan Penguji
Pada tanggal 28 Januari 2021

Ketua Tim Penguji,



Dr. Maria Widyastuti, M.M.

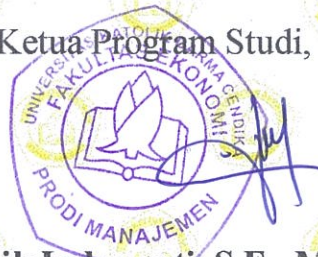
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi,



Dr. Thyophoida, WSP, M.M.

Ketua Program Studi,



Lilik Indrawati, S.E., M.M.



SKRIPSI

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ZARA DI TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA



Oleh :

SERAFICHA ANGELIA

16116020

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA

SURABAYA

2021



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Seraficha Angelia
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Alamat Asli : Jl. Siwalankerto PJKA 2/2
No Identitas (KTP) : 3578025805970003

Adalah merupakan hasil karya saya sendiri yang belum pernah dipublikasikan baik secara keseluruhan maupun sebagian dalam bentuk jurnal, working paper atau bentuk lain yang dipublikasikan secara umum. Skripsi (Tugas Akhir) ini sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah saya memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya termasuk pencabutan gelar kesarjanaan.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggungjawab dan integritas.

Surabaya, 28 Januari 2021

Hormat Saya,

Seraficha Angelia

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi dengan judul **“PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ZARA DI TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA”** dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk meraih derajat Sarjana Manajemen (S.M) program strata satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.

Penulis juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada pihak-pihak yang membantu dalam penyusunan skripsi ini dalam mengatasi kendala-kendala yang ada selama penelitian, diantaranya kepada:

1. Dr. Yustinus Budi Hermanto, M.M selaku Rektor Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya,
2. Dr. Thyophoida W.S.P., S.E., M.M selaku dekan FE sekaligus dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membantu penulis menyelesaikan skripsi,
3. Lilik Indrawati, S.E., M.M. selaku Kaprodi Fakultas Ekonomi yang telah meluangkan waktu untuk membantu dalam menyelesaikan skripsi,
4. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi yang telah membantu dalam memberikan ilmu yang berguna dalam penyusunan skripsi penulis,
5. Oma saya Ny. Hartatik, sebagai alasan saya untuk menyelesaikan penyusunan skripsi,
6. Teman terdekat saya Maria Merlina yang telah menemani hari-hari penulis dalam penyusunan skripsi,
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan, semangat dan doa dalam menyelesaikan perkuliahan untuk mendapatkan gelar sarjana.



Sepandai pandainya tupai melompat pasti akan jatuh juga, demikian dengan penyusunan skripsi ini memiliki kekurangan dimana kiranya pembaca dapat memberikan kritik dan saran guna memperoleh hasil yang lebih baik lagi. Dan kepada pihak–pihak peneliti selanjutnya kiranya dapat mengolah dan mendalami lagi variabel-variabel yang telah disebutkan oleh penulis. Atas perhatiannya penulis mengucapkan terima kasih.

Surabaya, 28 Januari 2021

Penulis



DAFTAR ISI

COVER	
HALAMAN COVER	
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan masalah	4
1.3 Tujuan penelitian	4
1.4 Manfaat penelitian	4
1.4.1 Manfaat praktis	4
1.4.2 Manfaat teoritis	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan teori	6
2.1.1 Harga	6
2.1.1.1 Pengertian Harga	6
2.1.1.2 Peranan Harga dalam proses pengambilan keputusan pembelian	6
2.1.1.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan Harga	7
2.1.1.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat Harga	8





2.1.1.5 Pertimbangan internal dan eksternal mempengaruhi keputusan Harga	9
2.1.1.6 Tujuan penetapan Harga	10
2.1.1.7 Dimensi Harga	11
2.1.2 Kualitas Produk	12
2.1.2.1 Pengertian Produk	12
2.1.2.2 Pengertian Kualitas Produk	13
2.1.2.3 Dimensi Kualitas Produk	13
2.1.3 Citra Merek	14
2.1.3.1 Pengertian Citra Merek	14
2.1.3.2 Terbentuknya Citra Merek	14
2.1.3.3 Dimensi Citra Merek	15
2.1.4 Keputusan Pembelian	15
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian	15
2.1.4.2 Faktor-faktor Mempengaruhi Keputusan Pembelian	16
2.1.4.3 Tahap-tahap Proses Keputusan Pembelian	18
2.1.4.4 Indikator Keputusan Pembelian	19
2.1.5 Pengaruh Antar Variabel	19
2.1.5.1 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	19
2.1.5.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	20
2.1.5.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	20
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.2.1 Penelitian Terdahulu I	20

2.2.2 Penelitian Terdahulu II	22
2.3 Rerangka Pemikiran	24
2.4 Kerangka Konseptual	25
2.5 Hipotesis Penelitian	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Obyek Penelitian	27
3.2 Pendekatan Penelitian dan Sumber Data	27
3.2.1 Pendekatan Penelitian	27
3.2.2 Sumber Data	27
3.3 Variabel Penelitian	28
3.4 Definisi Oprasional Variabel dan Pengukurannya	28
3.4.1 Definisi Oprasional Variabel	28
3.4.1.1 Harga (X1)	29
3.4.1.2 Kualitas Produk (X2)	29
3.4.1.3 Citra Merek (X3)	29
3.4.1.4 Keputusan Pembelian (Y)	30
3.4.2 Teknik Pengukuran Data	30
3.5 Populasi dan Sampel	31
3.5.1 Populasi	31
3.5.2 Sampel	31
3.6 Teknik Analisis Data	32
3.6.1 Uji Validitas	33
3.6.2 Uji Reliabilitas	33
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	34
3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda	36



3.6.5 Analisa Koefisien Determinasi (R^2)	36
3.6.6 Uji t	37
BAB IV HASIL PENELITIAN	38
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	38
4.1.1 Sejarah ZARA	38
4.1.2 Visi dan Misi ZARA	38
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	39
4.2.1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
4.2.2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia	40
4.2.3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
4.2.4 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	41
4.3 Pembahasan dan Analisa Data	42
4.3.1 Uji Validitas	42
4.3.2 Uji Reliabilitas	45
4.3.3 Uji Deskriptif	46
4.3.4 Uji Asumsi Klasik	50
4.3.4.1 Uji Normalitas	50
4.3.4.2 Uji Multikolinieritas	52
4.3.4.3 Uji Heteroskedastisitas	53
4.3.5 Analisis Regresi Linier Berganda	54
4.3.6 Analisa Koefisien Determinasi (R^2)	56
4.3.7 Uji Hipotesis	57
4.3.7.1 Uji t	57



BAB V PENUTUP	61
5.1 Simpulan	61
5.2 Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	66



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Tabel Survei Top Brand Index	3
Tabel 3.1	Skor Jawaban	31
Tabel 3.2	Interpretasi Koefisien Determinan (R^2)	37
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	40
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	41
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X1)	42
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X2)	43
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (X3)	44
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	44
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas	45
Tabel 4.10	Nilai Interval	46
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga (X1)	47
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk (X2)	48
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek (X3)	49
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)	50
Tabel 4.15	Hasil Uji Multikolinieritas	53
Tabel 4.16	Regresi Linier Berganda	55



Tabel 4.17	Hasil Perhitungan Uji Koefisiensi R dan R ²	56
Tabel 4.18	Uji-t	57



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Rerangka Pemikiran	24
Gambar 2.2	Kerangka Konseptual	25
Gambar 4.1	Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual	52
Gambar 4.2	Uji Heteroskedastisitas	54



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner	66
Lampiran 2	Rekapitulasi Data Karakteristik Responden	69
Lampiran 3	Rekapitulasi Data Hasil Kuisisioner	72
Lampiran 4	Uji Validitas	74
Lampiran 5	Uji Reliabilitas	77
Lampiran 6	Uji Deskriptif	79
Lampiran 7	Uji Normalitas	81
Lampiran 8	Uji Multikolinieritas	81
Lampiran 9	Uji Heteroskedastisitas	82
Lampiran 10	Analisis Regresi Linear Berganda	82
Lampiran 11	Uji F	83
Lampiran 12	Uji-t	83
Lampiran 13	Koefisien Determinasi	83
Lampiran 14	Kartu Bimbingan Skripsi	



ABSTRAK

Perkembangan ekonomi di Surabaya terus meningkat, hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya persaingan bisnis di bidang industri khususnya pada perusahaan yang memproduksi produk sejenis. Salah satu industri yang mengalami perkembangan adalah industri pakaian dan aksesoris merek ZARA di Tunjungan Plaza Surabaya. ZARA menawarkan produk yang memiliki kualitas yang dapat bersaing dengan perusahaan lainnya, mulai dari harga yang dapat bersaing dengan produk lain, memiliki macam-macam variasi dan mereknya yang terkenal.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian di ZARA Tunjungan Plaza Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian secara kuantitatif yang dapat diartikan filsafat positivisme. Teknik pengukuran data dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Populasi pada penelitian ini adalah pembeli produk ZARA di Tunjungan Plaza Surabaya dan penentuan sampel dengan menggunakan metode *purposive sampling*, dimana jumlah sampel sebanyak 97 responden.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di ZARA Tunjungan Plaza Surabaya yang terbukti nilai t_{hitung} (2.439) > t_{tabel} (1.98580) dengan tingkat signifikansi $0.017 < 0.05$. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di ZARA Tunjungan Plaza Surabaya yang terbukti nilai t_{hitung} (7.405) > t_{tabel} (1.98580) dengan tingkat signifikansi $0.000 < 0.05$. Citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di ZARA Tunjungan Plaza Surabaya yang terbukti nilai t_{hitung} (4.578) > t_{tabel} (1.98580) dengan tingkat signifikansi $0.000 < 0.05$.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek



ABSTRACT

Economic development in Surabaya continues to increase, evidenced by there are many business competition in the industrial sector, especially in companies that produce similar products. One of the industries that experience the growth is clothing and accessories industry such as ZARA brand at Tunjungan Plaza Surabaya. ZARA has good quality & price that can compete with other companies with many variations supported by well-known brands.

The purpose of this study is to determine the effect of price, product quality, and brand image on purchasing decisions at ZARA Tunjungan Plaza Surabaya. This research is contribute for ZARA in order to maintain and improve purchasing decisions to help maintain existing customers in the long term as it is more profitable and saves costs compared to finding new customers. The method use quantitative approach which can be interpreted as a philosophy of positivism. The data measurement technique in this research uses a Likert scale. The object of this research is the buyers of ZARA products in Tunjungan Plaza Surabaya by using purposive sampling method, and through the process of distributing questionnaires with 97 respondents.

From this study the results showed that the price that influences purchasing decisions at ZARA Tunjungan Plaza Surabaya which is proven by the tcount (2.439) > ttable (1.98580) with a significance level of $0.017 < 0.05$. Product quality that influences purchasing decisions at ZARA Tunjungan Plaza Surabaya as proven by tcount (7.405) > ttable (1.98580) with a significance level of $0,000 < 0.05$. Brand image that influences purchasing decisions at ZARA Tunjungan Plaza Surabaya, which is proven by the tcount (4.578) > ttable (1.98580) with a significance level of $0.000 < 0.05$.

Key word : Prices, Product Quality and Brand Image

