



**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK SERTA CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER DALAM MEMBELI
TAS PRODUK SOPHIE MARTIN**

SKRIPSI

Oleh

**Titus Agustina
NIM 110810201041**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2015



**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK SERTA CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER DALAM MEMBELI
TAS PRODUK SOPHIE MARTIN**

SKRIPSI

Oleh

**Titus Agustina
NIM 110810201041**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2015



**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK SERTA CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER DALAM MEMBELI
TAS PRODUK SOPHIE MARTIN**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Ekonomi

Oleh

**Titus Agustina
NIM 110810201041**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2015

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini ;

Nama : Titus Agustina
NIM : 110810201041
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Harga dan Kualitas Produk serta Citra Merek Terhadap Keputusan Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Jember Dalam Membeli Tas Produk Sophie Martin

Menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri. Apabila ternyata dikemudian hari skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan dan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini, Saya buat dengan sebenarnya.

Jember, 11 Februari 2015

Yang menyatakan,

Titus Agustina
NIM 110810201041

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul skripsi : Pengaruh Harga dan Kualitas Produk serta Citra Merek Terhadap Keputusan Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Jember Dalam Membeli Tas Produk Sophie Martin

Nama Mahasiswa : Titus Agustina

NIM : 110810201041

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. M. Dimyati, SE, M.Si
NIP 19670421 199403 1 008

Wiji Utami, SE, M.Si
NIP 19740120 200012 2 001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Handriyono, M.Si
NIP 19620802 199002 1 001

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK SERTA CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER DALAM MEMBELI
TAS PRODUK SOPHIE MARTIN**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh ;

Nama : Titus Agustina

NIM : 110810201041

Jurusan : Manajemen

telah dipertahankan didepan panitia penguji pada tanggal :

11 Februari 2015

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Tim Penguji

Ketua : Drs. Abdul Halim M.Si (.....)
NIP. 195012211978011001

Sekretaris : Dr. Deasy Wulandari SE. M.Si (.....)
NIP. 19730908200003200

Anggota : Dr. Sri Wahyu Lelly Hana Setyanti,SE,MSi (.....)
NIP. 197405022000032001

FOTO

**4 x 6
cm**

Mengetahui/ Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,

Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si.
NIP. 19630614 199002 1 001

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada :

1. Bapak Salamun dan Ibu ku Sunartin yang telah mendoakan dan memberikan kasih sayang serta pengorbanan selama ini.
2. Guru-guru dan pengajarku sejak sekolah dasar hingga perguruan tinggi.
3. Almamater Fakultas Ekonomi Universitas Jember

MOTTO

Barang siapa bertakwa pada Allah niscaya Dia akan menyediakan jalan keluar
untuknya. Dan Memberinya rezeki dari jalan yang tidak terduga
(terjemahan Surat *AL-Thalaq* :2-3)

Banyak yang salah jalan tapi merasa tenang karena banyak teman yang sama-
sama salah, beranilah untuk menjadi benar walaupun sendirian
(google.picture.com)

Bahwa sejatinya keberhasilan diperoleh dari kerja keras dan ketekunan
(Penulis)

RINGKASAN

Pengaruh Harga dan Kualitas Produk serta Citra Merek Terhadap Keputusan Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Jember Dalam Membeli Tas Produk Sophie Martin ; Titus Agustina, 110810201041: 2015; 87 halaman; Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Persaingan yang semakin ketat saat ini perusahaan dituntut untuk menawarkan produk yang berkualitas dan yang mampu mempunyai nilai jual lebih, sehingga berbeda dengan produk pesaing, kualitas produk yang menjadi salah satu pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk. Harga yang terjangkau dan kualitas yang baik merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan saat konsumen melakukan pembelian produk. Kualitas produk ditentukan oleh daya tahan, fungsi dan kegunaanya, dengan adanya kualitas produk yang baik dan terpercaya maka konsumen akan selalu mengingat produk tersebut. Penilaian terhadap kualitas suatu produk dapat dilakukan setelah konsumen membeli, menggunakan atau mendapat rekomendasi dari orang terdekat tentang produk tersebut. Hal-hal yang harus diperhatikan sebagai faktor penunjang keberhasilan penjualan produk ialah harga, kualitas, dan citra merek.

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk menguji pengaruh harga dan kualitas produk serta citra merek terhadap keputusan mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Jember dalam membeli tas produk Sophie Martin.

Populasi penelitian ini adalah mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Jember. Metode sampling yang digunakan adalah metode purposive sampling dengan jumlah responden 104 orang. Variabel yang dianalisis yaitu sebanyak 2 variabel. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan pendekatan *confirmatory*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : harga produk, kualitas produk dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Jember dalam membeli produk tas Sophie Martin. Sehingga perusahaan Sophie Martin diharapkan lebih mengevaluasi dan menyesuaikan harga yang ditawarkan supaya pelanggan dapat

lebih tertarik dalam membeli varian produk tas baru Sophie Martin, mengembangkan adanya varian produk dengan desain yang menarik, maka diharapkan hal tersebut akan menjawab kebutuhan dan keinginan pelanggan, dan dapat membentuk citra merek yang melekat pada benak pelanggannya, sehingga diharapkan pelanggan tetap memiliki keyakinan bahwa tas Sophie Martin adalah yang terbaik.

Effect of Price and Quality Product and Brand Image Decision Against Faculty of Economics University of Jember In Buying Products Bags Sophie Martin; Titus Agustina, 110810201041: 2015; 87 pages; Department of Management, Faculty of Economics, Jember University.

Increasingly fierce competition today the company is required to offer a quality product and are able to have more selling points, so different from competitors' products, product quality to be one of the considerations of consumers before buying a product. Reasonable price and good quality is one of the factors to be considered when consumers make purchases of products. The quality of products is determined by durability, function and their role, with good quality and reliable products that consumers will always remember the product. Assessment of the quality of a product can be made after consumers purchase, use or get a recommendation from the nearest of these products. Things that should be considered as a factor supporting successful sale of products is the price, quality, and brand image.

This thesis aims to examine the effect of price and product quality and brand image of the student's decision economics faculty of Jember University in buying a product bag Sophie Martin.

The research population is students of economics faculty of Jember University. The sampling method used is purposive sampling method with 104 respondents. Variables that analysed are us two variables. The analysis tool used is multiple linear regression analysis with confirmatory approach. The results showed that: the price of products, product quality and brand image significantly influence student decisions Jember University economics faculty in buying the product bag Sophie Martin. So the company Sophie Martin is expected to further evaluate and adjust the prices offered so that customers may be interested in buying a new bag of product variants Sophie Martin, developed a variant of the product with an attractive design, it is expected that it will respond to the needs and desires of customers, and can form the image brand attached to the minds of

customers, so expect regular customers have confidence that the bag Sophie Martin is the best.

PRAKATA

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkat dan rahmatNya, karena tanpaNya tidak ada suatu hajatpun yang dapat terlaksana. Skripsi yang penulis ajukan merupakan salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang amat besar kepada ;

1. Bapak Dr. Mohammad Fathorozi, S.E, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Bapak Dr. Handriyono, SE., M.Si selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Dr. M. Dimiyati, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan Wiji Utami, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang perhatian dan sabar memberikan segenap waktu dan pemikiran, bimbingan, semangat, juga nasehat yang sangat bermanfaat sehingga terselesaikan skripsi ini.
4. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah membimbing sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan studi.
5. Teristimewa Bapakku dan Ibu tersayang. Terima kasih teramat atas moril dan materiil, juga semangat, doa, nasehat, kasih sayang, dan juga perhatian.
6. Kakak ku tersayang Bintang Safitri, Ciwit Pujiati, Slamet Basuki, Ari Wibowo, Dani Tri K. dan keponakan tercinta Lionel Arsa N. dan Frea Cleverly F.D yang telah memberi semangat, doa, dukungan dan kasih sayang.
7. Sahabatku Eka Anang S. yang telah memberikan kontribusi pemikiran, ide, semangat dan dukungan dalam proses belajar
8. Teman-teman ku Tari, Merisa, Wiwin, Ninin, Nur, Riska, Rizki, Aji, Agung, Pendi, Nira dan yang tak bisa kusebutkan semua satu persatu semoga kebersamaan dan perjuangan kita dapat bermanfaat nantinya.
9. Teman-teman KPMP-BK Nofem, mas nani, mbak Utin, Manis, Oki dan lainnya yang tak bisa kusebutkan satu persatu trimakasih pembelajaran dan persahabatan yang telah diberikan.

10. Rekan atau kawanku seluruh manajemen 2011 F.E. – UNEJ, terimakasih untuk doa dan bantuannya.
11. Beasiswa Bidik Misi atas bantuan biaya ini saya bisa menuntaskan Sarjana Ekonomi

Semoga Allah SWT selalu memberikan Rahmat dan HidayahNya kepada semua pihak yang telah membantu dengan ikhlas. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun kesalahan dari pihak pribadi. Demikian, semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi almamater tercinta, serta bagi setiap pembaca pada umumnya.

Jember, 11 Februari 2015

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
ABSTRAKSI	viii
PRAKATA	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Harga	7
2.1.2 Kualitas Produk	8
2.1.3 Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	10
2.1.4 Keputusan Pembelian	12
2.2 Pnelitian Terdahulu	14

2.3 Kerangka Konseptual	16
2.4 Hipotesis Penelitian	18
BAB 3. METODE PENELITIAN	19
3.1 Rancangan Penelitian	19
3.2 Populasi Dan Sampel	19
3.2.1 Populasi	19
3.2.2 Sampel	19
3.3 Jenis Dan Sumber Data	20
3.4 Metode Pengumpulan Data	21
3.5 Skala Pengukuran	21
3.6 Identitas Variabel	21
3.7 Definisi operasional Variabel	22
3.8 Uji Instrumen Penelitian	24
3.8.1 Uji Validitas	24
3.8.2 Uji Reliabilitas	24
3.9 Metode Analisis Data	25
3.9.1 Uji Asumsi Regresi Linier Berganda Dengan Pendekatan Konfirmantori	25
3.9.2 Analisis Regresi dengan Pendekatan Konfirmantori	26
3.10 Kerangka Pemecahan Masalah	32
BAB 4. PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	34
4.1 Hasil Penelitian	34
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	34
4.1.2 Karakteristik Responden	35
4.1.3 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden	36
4.1.4 Uji Instrument	40
4.1.5 Analisis Deskriptif Ststistik	41
4.1.6 Uji Asumsi <i>confirmantory Factor Analysi</i>	42
4.1.7 Analisis <i>confirmantory Factor Analysis</i>	44
4.2 Pembahasan	47
4.2.1 Pengaruh Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian	48
4.2.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	49
4.2.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	50
4.3 Keterbatasan Penelitian	51

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	52
5.1 Kesimpulan	52
5.2 Saran	52

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Proses pembelian konsumen model lima tahap	13
Gambar 2.2 : Kerangka konseptual penelitian	17
Gambar 3.1 : Kerangka pemecahan masalah	32

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 : Rangkuman kajian penelitian terdahulu	15
Tabel 3.1 : Uji kesesuaian model	30
Tabel 4.1 : Karakteristik responden berdasarkan frekuensi penggunaan	35
Tabel 4.2 : Merek lain yang digunakan	36
Tabel 4.3 : Distribusi frekuensi harga produk	36
Tabel 4.4 : Distribusi frekuensi kualitas produk	37
Tabel 4.5 : Distribusi frekuensi citra merek	38
Tabel 4.6 : Distribusi frekuensi keputusan pembelian	39
Tabel 4.7 : Hasil uji validitas dan reliabilitas	41
Tabel 4.8 : Hasil analisis deskriptif statistic	42
Tabel 4.9 : Indeks kesesuaian model	45
Tabel 4.10 : Hasil pengujian kasualitas	45
Tabel 4.11 : Rangkuman hasil pengujian regresi	47

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 : Kuisiuner penelitian	57
Lampiran 2 : Rekapitulasi jawaban responden	61
Lampiran 3 : Uji validitas dan reliabilitas	65
Lampiran 4 : Uji asumsi	71
Lampiran 5 : Uji kesesuaian model	75
Lampiran 6 : Uji kasualitas (regresi dengan pendekatan konfirmatori)	77
Lampiran 7 : Tabel Chi-Square	81
Lampiran 8 : Distribusi frekuensi	82