

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EIGER**



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Sebagai Syarat-Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen  
Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

**Disusun Oleh:**

**REZA AULYA MIFTAH**

**B100180039**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2023**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EIGER**

Yang ditulis dan disusun oleh:

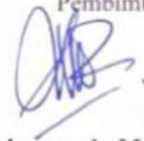
**REZA AULYA MIFTAH**

**B100180039**

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing dan dinyatakan telah memenuhi syarat  
untuk diterima.

Surakarta, 16 November 2022

Pembimbing



**(Dra. Wafiatun Mukharomah, M.M.)**

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



**(Dra. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si.)**

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EIGER**

Oleh:

**REZA AULYA MIFTAH**

**B100180039**

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji

Pada tanggal

4 Januari 2023

Dan dinyatakan memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. Dra. Wafiatun Mukharomah, M.M  
(Penguji I)
2. Dr. Muzakar Isa, S.E., M.Si  
(Penguji II)
3. Dr. Rini Kuswati, S.E., M.Si  
(Penguji III)

(.....)

(.....)

(.....)

Mengetahui



Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta 57102

**SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **Reza Aulya Miftah**  
NIM : **B100180039**  
Jurusan : **Manajemen**  
Judul Skripsi : **Pengaruh Pengaruh Brand Image, Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 4 Januari 2023

Yang membuat pernyataan



**Reza Aulya Miftah**

## **MOTTO**

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kemampuannya”

(QS. Al-Baqarah: 286)

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum sehingga mereka  
mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri”

(QS. Ar-Ra'd: 11)

## **PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah atas berkah, rahmat dan limpahan nikmat-Nya berupa kesehatan dan kesempatan, penulis diberikan kemudahan untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Tugas akhir ini penulis persembahkan untuk:

1. Allah SWT yang selalu memberi kemudahan, nikmat, karunia serta hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Nabi Muhammad SAW yang telah memberi tauladan dan membawa perubahan dari zaman jahiliyah ke zaman yang terang benderang.
3. Kedua orang tua saya yang selalu memberikan kasih vi aying, semangat, motivasi yang sangat besar sehingga saya bisa menyelesaikan kuliah saya di Universitas Muhammadiyah ini.
4. Keluarga besar yang telah memberi dukungan serta doa.
5. Bapak Prof. H. Sofyan Anif, M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
6. Bapak Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
7. Ibu Dr. Rini Kuswati, S.E., M.Si. selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
8. Ibu Dra. Wafiatun Mukharomah, M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing dalam penulisan tugas akhir.
9. Ibu Dra. Wafiatun Mukharomah, M.M. selaku Pembimbing Akademik yang telah memberi arahan serta bimbingan selama studi penulis.

10. Sahabat serta teman-teman yang telah memberikan semangat dan dukungan.

11. Almamaterku, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah  
Surakarta.

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh brand image, harga, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Eiger. Sampel yang digunakan dalam penelitian adalah 100 responden yang merupakan pengguna produk Eiger di Surakarta. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji F, dan uji t. Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa *brand Image* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk eiger, harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk eiger, promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk eiger, kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk eiger.

**Kata kunci:** *Brand Image*, Harga, Promosi, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.



## **ABSTRACT**

This study aims to determine the effect of brand image, price, promotion and product quality on purchasing decisions for Eiger products. The sample used in the study was 100 respondents who were Eiger product users in Surakarta. The type of data used in this research is primary data. Methods of data collection using a questionnaire. Data analysis methods used in this research are validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, coefficient of determination, F test, and t test. The results of the analysis in this study indicate that brand image has no positive and significant effect on purchasing decisions for Eiger products, price has no positive and significant effect on purchasing decisions for Eiger products, promotion has a positive and significant effect on purchasing decisions for Eiger products, product quality has a positive and significant effect on Eiger product purchase decision.

**Keywords:** Brand Image, Price, Promotion, Product Quality, Purchase Decision.

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Pengaruh Brand Image, Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger”**, tidak lupa sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita nabi Muhammad SAW yang dengan perjuangan yang telah menghantarkan kita menjadi umat pilihan terlahir untuk seluruh manusia untuk seluruh manusia demi menuju Ridho-Nya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bimbingan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya yang diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Keluarga tercinta, yang selalu telah memberikan doa dan dukungan selama penyusunan skripsi.
3. Bapak Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Ibu Dr. Rini Kuswati, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

5. Ibu Dra. Wafiatun Mukharomah, M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Teman-teman dan sahabat yang banyak memberikandukungan serta pelajaran berharga.
7. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu namun memiliki arti dalam penyelesaian karya ini, tanpa bermaksud mengabaikan, hanya keterbatasan ruang dan kekhilafan penulis semata.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari penulisan maupun penyajian. Untuk itu segala saran dan kritik yang membangun semoga berguna bagi penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan penulis di masa depan.

Surakarta, 16 November 2022

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
ABSTRAK .....	viii
ABSTRACT .....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	7
A. Landasan Teori .....	7
1. Keputusan Pembelian .....	7
2. <i>Brand image</i> (Citra Merek) .....	10
3. Harga .....	12
4. Promosi .....	14
5. Kualitas Produk .....	17
B. Penelitian Terdahulu .....	19
C. Hipotesis .....	22
D. Kerangka Pemikiran .....	24

BAB III METODE PENELITIAN.....	26
A. Jenis Penelitian.....	26
B. Data dan Sumber Data .....	26
C. Populasi dan Sampel Data.....	26
D. Teknik Pengambilan Sampel .....	28
E. Teknik Pengumpulan Data.....	28
F. Skala Pengukuran.....	29
G. Definisi Operasional .....	29
H. Metode Analisis Data.....	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	37
A. Deskripsi Karakteristik Responden.....	37
B. Metode Analisis Data.....	39
C. Pembahasan.....	46
BAB V PENUTUP.....	49
A. Kesimpulan .....	49
B. Keterbatasan.....	49
C. Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA .....	52
LAMPIRAN.....	54

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu .....	20
Tabel 2. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	37
Tabel 3. Responden Berdasarkan Usia.....	37
Tabel 4. Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	38
Tabel 5. Responden Berdasarkan Penghasilan.....	38
Tabel 6. Hasil Uji Validitas.....	39
Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas .....	40
Tabel 8. Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i> .....	41
Tabel 9. Hasil Uji Multikolinearitas .....	41
Tabel 10. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	42
Tabel 11. Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	42
Tabel 12. Hasil Uji R-square.....	44
Tabel 13. Hasil Uji F.....	44
Tabel 14. Hasil Uji t.....	45

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran.....	24
-----------------------------------	----

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	55
Lampiran 2. Data Responden.....	60
Lampiran 3. Uji Validitas.....	62
Lampiran 4. Uji Reliabilitas.....	67
Lampiran 5. Uji Normalitas.....	68
Lampiran 6. Uji Multikolinearitas, Uji t dan Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	69
Lampiran 7. Uji Heteroskedastisitas Glejser.....	70
Lampiran 8. R-square.....	71
Lampiran 9. Uji F.....	72