

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK YAMAHA**

(Studi Kasus Pada Fakultas Ekonomi UMS)



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

Disusun Oleh :

SYOFZA EKO YUNIYANTO

B 100 110 266

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2016**

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK YAMAHA (Studi Kasus
Pada Fakultas Ekonomi UMS)

Yang ditulis oleh :

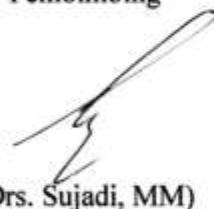
SYOFZA EKO YUNIYANTO

NIM: B 100 110 266

Penandatangan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat
untuk diterima :

Surakarta, Januari 2016

Pembimbing

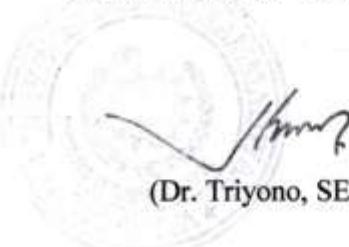


(Drs. Sujadi, MM)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Triyono, SE., M.Si)



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **SYOFZA EKO YUNIYANTO**
NIRM : **11.6.106.02016.500266**
Jurusan : **Manajemen**
Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK YAMAHA (Studi Kasus Pada
Fakultas Ekonomi UMS)**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semua 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, 22 Januari 2016.....
Yang membuat pernyataan,

Syofza Eko Yuniyanto

MOTTO

Rasulullah SAW bersabda: "Barang siapa dilanda kesusahan dalam suatu masalah hendaklah dia mengucapkan Laa Haula Wa Laa Quwwata Illa Bil Laahil'Aliyyul'Azhim" (Tiada daya dan tiada kekuatan kecuali dengan pertolongan Allah yang Maha Tinggi lagi Maha Agung" (H.R. Baihaqi dan Ar Rabi'i).

"Sebuah sukses itu terlahir bukan karena kebetulan atau keberuntungan semata, tapi terlahir dari program yang jelas, niat baik, dan kerja keras"

(Sudaryanto)

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah 1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Yamaha. 2) Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk Yamaha. 3) Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk Yamaha. 4) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk Yamaha.

Populasi dalam penelitian ini Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 41,82 responden dibulatkan menjadi 42 responden yang diteliti. Alasan peneliti menggunakan sampel sebanyak 42 responden hal ini dikarenakan semakin besar jumlah sampel mendekati populasi, maka peluang kesalahan generalisasi semakin kecil.

Berdasarkan hasil analisis uji t diketahui bahwa kualitas produk (X_1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dengan didukung nilai t.sig (0,001) lebih kecil dari 0,05 (α). Harga (X_2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) dan didukung nilai t.sig (0,001) lebih kecil dari 0,05 (α). Citra merek (X_3) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) dan didukung nilai t.sig (0,015) lebih kecil dari 0,05 (α). Hasil analisis uji F diperoleh $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ ($11,793 > 3,23$), maka H_0 ditolak, Berarti secara bersama-sama variabel kualitas produk (X_1), harga (X_2) dan citra merek (X_3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Sehingga model yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan fit. Hasil analisis koefisien determinasi (R^2) diperoleh adjusted R square (R^2) sebesar 0,441, berarti variasi perubahan variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk (X_1), harga (X_2) dan citra merek (X_3) sebesar 44,1%. Sedangkan sisanya sebesar 55,9% dijelaskan oleh variabel lain diluar model. Sedangkan hasil dari analisis data diketahui variabel kualitas produk, harga dan citra merek berpengaruh signifikan baik secara individual maupun bersama-sama terhadap keputusan pembelian, dengan demikian penelitian ini sama dengan penelitian yang telah dilakukan Hery Kurniawan (2006) dan Joko Sulistiyono (2005) dikarenakan semua variabel independen yaitu kualitas produk, harga dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

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

ABSTRACT

The purpose of this research is 1) To know the influence of product quality of the decision the purchase of products Yamaha 2) To know the influence of the price of the decision the purchase of products Yamaha 3) To know the influence of image brand of the decision the purchase of products Yamaha 4) To know the influence of quality products, prices and image brand of the decision the purchase of products Yamaha.

Population in this study student muhammadiyah university school of economics surakarta and those used in research has reached 41.82 respondents rounded to 42 the treatment respondent. The researchers used samples from 42 respondents this is because the greater the total sample approaching population, then opportunities generalization the less mistake.

Based on the results of the analysis t test known that the quality of the product (X_1) have an significant of the decision a purchase with supported value $t.\text{sig}$ (0,001) smaller than 0.05 (α). Prices (X_2) have significant influence of the decision to buy (Y) and supported value $t.\text{sig}$ (0,001) smaller than 0.05 (α). With brand image (X_3) have an significant of the decision a purchase with supported value $t.\text{sig}$ (0,015) smaller than 0.05 (α). The results of the analysis F test obtained $F_{\text{count}} > F_{\text{table}}$ ($11,793 > 3,23$), then H_0 rejected. Means jointly variable quality products (X_1), price (X_2) and brand image (X_3) significant of the decision of the purchase (Y). so that the model used in this research can be said to be fit. The results of the analysis the coefficients determined (R_2) obtained adjusted R Square (R^2) square as much as (0,441), means variation of change of the variables decision the purchase can be explained by variable quality products (X_1), price (X_2) and brand image (X_3) for 44,1%. While the rest of 55,9 % described by other variables out model. While the result of data analysis known variable quality products , prices and brand image significant both individually and together with the resolution of the purchase , thus research is equal to research has been tested kurniawan (2006) and joko sulistiyono (2005) because all independent variable the product quality , prices and brand influential image of the decision purchase.

Keyword : Product quality, price, brand image and buy decision

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya ini teruntuk:

1. *Bapak dan Ibu Tercinta yang sudah memberikan kasih sayang semangat beserta do'anya untuk keberhasilanku*
2. *Kakak dan Adik terima kasih telah memberikan semangat, tansk's*
3. *Seseorang yang masih menjadi rahasia Tuhan yang nantinya akan menjadi pendamping dalam hidupku.*
4. *Almamaterku.*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan mengucap puji syukur atas kehadiran Allah yang telah memberikan kesabaran, kekuatan dan kemudahan kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini

Penyusun skripsi ini bermaksudkan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta

Dalam menyelesaikan skripsi ini hambatan dan kesulitan yang dipenuhi penulis, namun berkat izin Allah dengan do'a dan bantuan berbagai pihak akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Sudah sepantasnya penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Triyono, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Anton Setyawan, M.Si. selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Drs. Jati Waskito, MM, selaku pembimbing akademik terima kasih telah membimbing masa perkuliahan
4. Drs. Sujadi, MM selaku Dosen pembimbing Utama yang bersedia meluangkan waktu untuk membimbing, mengerahkan serta memberi saran hingga terwujudnya skripsi ini.

5. Segenap Dosen dan Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
6. Orang tuaku dan saudara-saudaraku yang senantiasa memberikan dorongan, baik moral maupun material serta do'a dorongan semangat.
7. Teman-temanku angkatan 2011 Fakultas Ekonomi UMS yang telah menemani hari-hariku dan dorongan semangat untuk menyelesaikan skripsi.
8. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari sempurna karena kurangnya pengalaman kemampuan penulis. Oleh karena itu dengan terbuka penulis menerima segala kritik dan saran yang bersifat membangun.

Wassalam'mungalaikum Wr. Wb

Surakarta, Januari 2016

Peneliti

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMPAHAN	v
ABSTRAKSI	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Keputusan Pembelian	8
B. Kualitas Produk	10
C. Harga	13

D. Citra Merek.....	15
E. Penelitian Terdahulu.....	16
F. Kerangka Pemikiran	20
G. Hipotesis.....	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26
A. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	26
1. Populasi.....	26
2. Sampel.....	26
3. Teknik Pengambilan Sampel.....	28
B. Data dan Sumber Data.....	28
C. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	30
D. Uji Instrumen.....	31
E. Uji Asumsi Klasik	33
F. Metode Analisis Data	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
A. Deskripsi Responden	39
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	39
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
B. Uji Validitas dan Reliabilitas	40
C. Uji Asumsi Klasik	44
D. Analisa Data	46
E. Pembahasan	54
BAB V. PENUTUP.....	58

A. Kesimpulan	58
B. Keterbatasan Penelitian	59
C. Saran-saran	59

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan	18
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Responden	39
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	41
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Harga	41
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek.....	42
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	42
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	43
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas.....	44
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas.....	45
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	45
Tabel 4.11 Hasil Uji t test.....	47
Tabel 4.12 Hasil Uji F test.....	52

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	20
------------------------------------	----