

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
PAKAIAN MEREK ROWN DIVISION DI SURAKARTA**



**SKRIPSI**

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

Disusun Oleh:

**LUTHFI TRISNA WAHYUTAMA**  
**B100140198**

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

**2018**

**HALAMAN PENGESAHAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK,HARGA DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PAKAIAN ROWN DIVISION DI  
MANAHAN SURAKARTA**

Yang ditulis dan disusun oleh :

**LUTHFI TRISNA WAHYUTAMA**

**B100140198**

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta,November 2018

Pembimbing

  
(Drs. Sujadi. , M.M)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. H. Samsudin, SE, M.M)



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

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

**PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

**Nama : Luthfi Trisna Wahyutama**

**Nim : B100140198**

**Jurusan : Manajemen**

**Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Merek Rowndivision di Surakarta**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya 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 atau ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 03 November 2018

Yang membuat pernyataan ,

**(Luthfi Trisna Wahyutama)**

## **MOTTO**

Menuntut ilmu merupakan kewajiban bagi setiap muslim

( H.R. Ibnu Majah )

Barangsiapa yang menapaki suatu jalan dalam rangka mencari ilmu maka Allah akan memudahkan baginya jalan ke Surga.

( H.R. Ibnu Majah & Abu Dawud )

Berjalan tidak seperti rencana adalah jalan yang sudah biasa, dan jalan satu-satunya adalah jalani sebaik yang kamu bisa.

(FSTVLST)

Hiduplah seperti pohon kayu yang lebat buahnya; hidup di tepi jalan dan dilempari orang dengan batu, tetapi dibalas dengan buah.

(Abu Bakar Sibli)

Ketika kau melakukan usaha mendekati cita-citamu, di waktu yang bersamaan cita-citamu juga sedang mendekatimu. Alam semesta bekerja seperti itu.

(Fiersa Besari)

## **PERSEMBAHAN**

Sebagai wujud dari rasa syukur kepada Allah SWT dengan segala hidayah dan karunia-Nya, setiap kata yang diketikkan disini adalah petunjuk dan anugerah yang diberikan oleh Allah yang dikirimkan-Nya melalui otak saya dan yang kemudian menjadi rangkaian kata pada penelitian ini. Penelitian ini saya persembahkan untuk seluruh orang-orang tercinta di kehidupan saya :

1. Ayah dan Ibu yang sudah membesarkan dengan penuh rasa cinta dan kasih sayang yang tak terhingga, yang senantiasa selalu menyelipkan doanya untuk mengiringi setiap langkah demi langkah kehidupan yang saya jalani.
2. Adikku tercinta yang juga selalu memberikan warna dalam kehidupan saya.
3. Para keluarga besar dan keponakan-keponakan yang sudah membantu support serta doa. Semoga ridho Allah selalu mengiringi kita semua.
4. Kawan-kawan seperjuanganku selama kuliah di FEB Universitas Muhammadiyah Surakarta yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang selalu menjadi tempat berbagi pikiran selama proses pengerjaan karya tulis ini.
5. Sahabat-sahabat petualanganku (gogon crew) yang sudah menemani saya berkelana untuk melepas penat dan mencari inspirasi selama pengerjaan karya tulis ini.
6. Almamaterku FEB UMS.

## ABSTRAK

**Luthfi trisna wahyutama. B100140198. ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PAKAIAN MEREK ROWN DIVISION DI SURAKARTA. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. Oktober 2018**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh sedang maraknyaa anak-anak muda yang kini sangat menggemari pakaian distro merek lokal. Rown Division sebagai salah satu merek distro besar di kota Solo sangat menyadari peningkatan sektor pasar ini dalam beberapa tahun terakhir. Hal inilah yang membuat Rown Division berupaya untuk terus mengembangkan citra merek serta kualitas produk mereka serta harga yang mampu bersaing dengan produk sejenis lainnya.

Jenis dari penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan survey. Penelitian ini menggunakan populasi anak-anak muda yang menggunakan produk-produk pakaian dari Rown Division. Disini peneliti mengambil 100 responden sebagai sampel. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah purposive sampling , yaitu teknik pengambilan sampel dengan dibatasi kriteria-kriteria sepsifik yang diinginkan oleh peneliti. Kemudian setelah data terkumpul dilakukan analisis data secara kuantitatif dan kualitatif. Analisi kuantitatif meliputi uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik, analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) . Analisis kuatitatif merupakan interpretasi dari data – data yang diperoleh dalam penelitian serta hasil pengolahan data yang sudah dilaksanakan dengan memberikan keterangan dan penjelasan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian karena nilai t signifikan lebih kecil dari probabilitas 0,05. Sedangkan variabel citra merek tidak berpengaruh positif karena nilai t signifikan lebih besar dari probabilitas 0,05.

**Kata Kunci :** Citra Merek,Harga,Kualitas Produk,Keputusan Pembelian

## ABSTARCT

This research is motivated by the rise of young people who are now very fond of local brand distro clothing. Rown Division as one of the major distro brands in the city of Solo is well aware of the increase in this market sector in recent years. This is what makes Rown Division strive to continue to develop the brand image and the quality of their products and prices that are able to compete with other similar products.

The type of this research is quantitative with a survey approach. This study uses a population of young people who use clothing products from the Rown Division. Here the researcher took 100 respondents as a sample. The sampling technique in this study was purposive sampling, namely the sampling technique with limited specific criteria desired by the researcher. Then after the data is collected the data analysis is done quantitatively and qualitatively. Quantitative analysis includes tests of validity and reliability, classic assumption test, analysis of the coefficient of determination ( $R^2$ ). Quantitative analysis is an interpretation of the data - data obtained in the study and the results of data processing that has been carried out by providing information and explanation.

The results of this study indicate that the variable price and product quality have a positive and significant effect on purchasing decisions because the t value is significantly smaller than the probability of 0.05. While the brand image variable does not have a positive effect because the t value is significantly greater than the probability of 0.05.

**Keywords:** Brand Image, Price, Product Quality, Purchasing Decision

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puja dan puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayahnya saya akhirnya bisa menyelesaikan karya tulis saya yang berjudul **“Analisis pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk pakaian merek Rown Division di Surakarta”** sebagai salah satu syarat kelulusan dan mendapat gelar S.E (Sarjana Ekonomi) di Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Saya sebagai penulis sangat menyadari tanpa dukungan dan dorongan dari berbagai pihak karya tulis ini tidak akan dapat terselesaikan. Maka dari itu pada kesempatan saya ingin mengucapkan rasa terima kasih saya kepada berbagai pihak yang telah mendukung terselesaikannya karya tulis ini :

1. Bapak Drs.Sujadi,SE,M.M selaku pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing saya selama proses pengerjaan skripsi ini.
2. Bapak Dr.H.Syamsudin,SE,M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Imronudin,SE,M.Si,Ph.d selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Seluruh dosen program studi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat selama saya menjalani perkuliahan di Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Seluruh Staff dan Karyawan di Universitas Muhammadiyah Surakarta.
6. Kedua orang tua saya yang tercinta, yang telah berjuang untuk membiayai pendidikan saya selama ini dan senantiasa selalu mendoakan yang terbaik untuk saya.
7. Sahabat-sahabat seperjuanganku yang sudah memberikan motivasi dan sudah menjadi tempat untuk berbagi pikiran selama proses penyusunan skripsi ini.



8. Sahabat-sahabat petualanganku yang sudah menemani saya berkelana untu sekedar melepas dan penat dan mencari inspirasi selama proses penyusunan skripsi ini
9. Teman-teman di tim futsal ku Bein Fc yang juga sudah memberikan saya semangat dan motivasi untuk saya dalam mengerjakan skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penulisan karya ini.

Penulis menyadari bahwa hasil dari skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan sehingga bisa dikatakan jauh dari sempurna. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan waktu, biaya dan kemampuan dalam proses penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu saya sebagai penulis meminta maaf atas berbagai kekurangan dan kesalahan yang ada.

Harapan saya sebagai penulis semoga skripsi ini bisa berguna bagi banyak pihak untuk tambahan pengetahuan maupun sebagai dasar penelitian lebih lanjut.

Surakarta, Oktober 2018

Luthfi Trisna Wahyutama

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
ABSTRAK .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
BAB 1    PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	8
E. Sistematikan Penulisan .....	8
BAB II    TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Pengertian Pemasaran .....	10
B. Keputusan Pembelian .....	14
C. Citra Merek .....	18
D. Hubungan Citra Merek dengan Keputusan Pembelian.....	21
E. Harga.....	22
F. Kualitas Produk.....	27
G. Penelitian Terdahulu .....	32
H. Hipotesis Penelitian .....	34
I. Kerangka Pemikiran Teoritis .....	35

BAB III	METODE PENELITIAN .....	37
	A. Jenis Penelitian .....	37
	B. Lokasi Penelitian.....	37
	C. Populasi dan Sampel.....	37
	D. Jenis dan Sumber Data.....	38
	E. Teknik Pengumpulan Data.....	38
	F. Variabel Penelitian .....	38
	G. Definisi Operasional Variabel .....	39
	H. Skala Pengukuran .....	40
	I. Teknik Analisis Data .....	41
BAB IV	HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	48
	A. Karakteristik Responden.....	48
	B. Analisis Data.....	50
	1. Pengujian Validitas.....	50
	2. Pengujian Reliabilitas .....	52
	3. Uji Asumsi Klasik .....	53
	4. Uji Regresi Berganda .....	56
	5. Pengujian Kelayakan Model.....	57
	C. Pembahasan .....	60
BAB V	PENUTUP.....	62
	A. Kesimpulan .....	62
	B. Keterbatasan Penelitian.....	63
	C. Saran .....	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Tabel Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian sekarang.....	33
Tabel 3.1	Definisi Operasional .....	39
Tabel 4.1	Hasil Deskripsi Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4.2	Hasil Diskripsi Usia.....	49
Tabel 4.3	Hasil Deskripsi Tingkat Pendapatan.....	50
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Citra Merek.....	51
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Harga .....	51
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk .....	52
Tabel 4.7	Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	52
Tabel 4.8	Hasil Uji reliabilitas.....	53
Tabel 4.9	Tabel Uji Normalitas .....	54
Tabel 4.10	Uji Multikolinieritas .....	54
Tabel 4.11	Uji Heterokedastisitas.....	55
Tabel 4.12	Uji Regresi Berganda.....	56

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Tahap Keputusan Pembelian .....	16
Gambar 2.2	Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	18
Gambar 2.3	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	35