

**PENGARUH KUALITAS PERSEPSIAN, PERSEPSI HARGA DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
TAS RAJUT MEREK “DOWA”**

***THE INFLUENCE OF PERCEIVED QUALITY, PRICE PERCEPTION
AND PROMOTION ON BUYING DECISION
KNITTING BAG “DOWA” BRAND***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh
Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh
KISDIANTONO
20130410236

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2017**

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Kisdiantono

Nomor mahasiswa : 20130410236

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PERSEPSIAN, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TAS RAJUT MEREK DOWA”** tidak terdapat karya atau pendapat yang di tulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim. Apabila dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, Agustus 2017

Kisdiantono

MOTTO

“Barangsiapa yang menempuh suatu perjalanan dalam rangka untuk menuntut ilmu maka Allah akan memudahkan baginya jalan ke surga. Tidaklah berkumpul suatu kaum

disalah satu masjid diantara masjid-masjid Allah,
mereka membaca Kitabullah serta saling mempelajarinya
kecuali akan turun kepada mereka ketenangan dan rahmat
serta diliputi oleh para malakat. Allah menyebut-nyebut mereka
dihadapan para malaikat.”

(HR. Imam Muslim dalam shahihnya)

“Man Jadda Wajada”

Barang Siapa yang bersungguh-sungguh, maka akan berhasil.

“Khoirunnaas anfa’uhum linnaas”

Sebaik-baik manusia adalah yang bermanfaat bagi sesamanya.

(Hadis Nabi)

“Bila kamu tak tahan penatnya belajar, maka kamu akan menanggung perihnya
kebodohan.

(Imam Asy – Syafi’i)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua ku tercinta Ibu Mujiyem dan Almarhum Bapak Ponimin. Kakak- kakak saya, Wardani, Nur Fitriana dan Goro Parjono yang telah membantu membiayai kuliah setelah Bapak saya meninggal dan adik saya tercinta Okfima Kistianingrum.

Almamaterku tercinta.

INTISARI

Penelitian ini dilatar belakangi oleh Produk Tas Rajut yang mendunia hingga mampu di pasarkan sampai ke Benua Eropa dan Benua Amerika dan mampu bersaing dengan produk tas-tas lain. Dalam penelitian ini peneliti menguji apakah Kualitas Persepsian, Persepsi Harga dan Promosi dan Keputusan Pembelian Tas Rajut Merek Dowa.

Sampel dalam penelitian ini adalah Masyarakat Yogyakarta dengan sampel sebesar 100 responden. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dan data yang dikumpulkan melalui metode kuesioner yang sudah teruji validitas dan reliabilitasnya. Setelah terkumpul, data diolah menggunakan program SPSS dengan analisis regresi linear berganda.

Hasil yang diperoleh menunjukkan: (1) Kualitas Pespsian berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Tas Rajut Merek Dowa. (2) Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Tas Rajut Merek Dowa. dan (3) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Tas Rajut Merek Dowa.

Kata kunci: Kualitas Persepsian, Persepsi Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Tas Rajut Merek Dowa.

ABSTRACT

The background of this research by the Knitting Bags Products marketed worldwide to be able to get to Europe and the Americas and is able to compete with other bags. In this study, the researchers tested whether perceived Quality, Price and Promotion Perceptions and Purchase Decision Knitting Bag Brand Dowa.

The sample in this study is the people of Yogyakarta with a sample of 100 respondents. This study uses purposive sampling techniques and data collected through questionnaire method has been tested for validity and reliability. Once collected, the data is processed using SPSS with multiple linear regression analysis.

The results showed: (1) Quality Perception positive and significant effect on purchasing decisions Knitting Bag Brand Dowa. (2) Perception Prices positive and significant effect on purchasing decisions Knitting Bag Brand Dowa. and (3) Promotion of positive and significant influence on purchasing decisions Knitting Bag Brand Dowa.

Keywords: perceived quality, price perception, and Promotion of the Purchase Decision Knitting Bag Brand Dowa

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul Pengaruh Kualitas Persepsian, Persepsi Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Tas Rajut Merek Dowa”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi perusahaan dan organisasi dalam menjalankan strategi pemasaran guna meningkatkan keputusan pembelian dan memberikan ide pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Ayah dan Ibu yang senantiasa memberikan dukungan berupa dorongan semangat, perhatian dan materil kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan studi.
2. Ibu Retno Widowati PA., M,Si., Ph,D. sebagai dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan, bimbingan dan arahan selama proses penyelesaian penulisan skripsi ini.
3. Teman-teman saya dari awal masuk kuliah sampai lulus kuliah ini, terutama pada sahabat-sahabat saya Ainun, Wawan, Raxy, Rona, Dio, Tegar, dan Uwho yang telah membantu dan memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini
4. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan . Namun, demikian merupakan harapan besar bagi penulis bila skripsi ini dapat memberikan sumbangan pengetahuan dan menjadi satu karya yang bermanfaat.

Yogyakarta, 26 Mei 2017

Kisdiantono

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
Halaman PERSEMBAHAN.....	vi
intisari.....	vii
<i>abstract</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
A.Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	3
C.Tujuan Penelitian	4
D.Manfaat Penelitian	4
BAB II.....	5
TINJAUAN PUSTAKA.....	5
A.Landasan Teori.....	Error! Bookmark not defined.
2. Kualitas Persepsian.....	5
2. Persepsi Harga.....	7
3. Promosi.....	8
4. Keputusan Pembelian.....	10
B.Hasil Penelitian Terdahulu.....	11
C.Hipotesis.....	13

1. Pengaruh Kualitas Persepsian Terhadap Keputusan Pembelian.....	13
3. Pengaruh Persepsi harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	14
4. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	14
D.Model Penelitian	15
BAB III.....	17
METODE PENELITIAN.....	17
A.Subjek dan Objek Penelitian	17
B.Jenis Data	17
C.Teknik Pengambilan Sampel.....	17
D.Teknik Pengumpulan Data.....	18
E.Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	19
F. Uji Kualitas Instrumen dan Data.....	22
1. Uji Validitas.....	22
2. Uji Reliabilitas.....	22
G. Uji Hipotesis dan Analisa Data.....	22
1. Analisis Regresi dan Pengujian Hipotesis.....	23
2. Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	23
3. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	23
2. Pengujian Hipotesis Secara Koefisien Determinasi.....	24
BAB IV.....	25
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	25
A.Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian	25
1. Objek Penelitian.....	25
2. Karakteristik Responden.....	28
B.Uji Kualitas Instrumen dan Data.....	30
1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	30
C.Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)	34
1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	34
2. Uji Simultan (Uji F).....	35

3. Uji Parsial (Uji t).....	36
4. Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	37
D.Pembahasan.....	38
1. Pengaruh Kualitas Persepsian Terhadap Keputusan Pembelian.....	38
2. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	39
3. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	40
BAB V.....	41
KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN	41
A.Kesimpulan	41
B.Saran.....	41
C.Keterbatasan Penelitian.....	42
Daftar Pustaka	43
LAMPIRAN	46

DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
3.1 Skala Likert.....	18
4.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	28
4.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	29
4.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	29
4.4 Uji Validitas Pre-Test.....	31
4.5 Uji Reliabilitas Pre-Test.....	32
4.6 Hasil Uji Validitas.....	33
4.7 Hasil Reliabilitas.....	33
4.8 Hasil Regresi Linear Berganda.....	34
4.9 Hasil Uji F.....	36
4.10 Hasil T.....	36
4.11 Hasil Koefisien Determinasi.....	38

DAFTAR GAMBAR

2.1 Model Penelitian	16
----------------------------	----

