

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PERSEPSIAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EIGER DI KOTA YOGYAKARTA**

*THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND PERCEIVED QUALITY ON
PURCHASING DECISIONS OF EIGER PRODUCTS IN YOGYAKARTA
Study on employee of Eiger Product in Yogyakarta*

SKRIPSI

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



Disusun oleh :

Muhammad Debby Nugraha

20120410135

Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

2016

SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PERSEPSIAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EIGER DI KOTA YOGYAKARTA

*THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND PERCEIVED QUALITY ON
PURCHASING DECISIONS OF EIGER PRODUCTS IN YOGYAKARTA
Study on employee of Eiger Product in Yogyakarta*



Telah disetujui Dosen Pembimbing Yogyakarta, 04 Agustus 2016

Pembimbing,


Dr. Siti Dyah Handayani, S.E., M.M.,

NIK : 143 012

SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PERSEPSIAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EIGER DI KOTA YOGYAKARTA

*THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND PERCEIVED QUALITY ON
PURCHASING DECISIONS OF EIGER PRODUCTS IN YOGYAKARTA
Study on employee of Eiger Product in Yogyakarta*

Diajukan oleh :

Muhammad Debby Nugraha

20120410135

Skrripsi ini Telah Dipertahankan dan Disahkan di Depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Yang terdiri dari :

The seal of Universitas Muhammadiyah Yogyakarta is a circular emblem with a scalloped border. It features a central sunburst design with Arabic calligraphy. The text 'UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH' is written along the top inner edge, and 'YOGYAKARTA' is written along the bottom inner edge. There are two stars on either side of the bottom text. A signature is written across the seal.
Drs. Siti Dyah Mandayanti, SE., MM
Ketua Tim Penguji

Drs. Asnawi Asdinardjaja, M.Si
Anggota Tim Penguji

Sutrisno Wibowo, SE., M.Si
Anggota Tim Penguji

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Dr. Nano Prawoto M.Si
NIK.s19860604199202143016

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Muhammad Debby Nugraha

Nomor Mahasiswa : 20120410135

Menyatakan bahwa dalam skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Persepsian Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger di Kota Yogyakarta”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu Perguruan Tinggi, dan sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali yang tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 04 Agustus 2016



Muhammad Debby Nugraha

MOTTO

".....Ingatlah! Hanya dengan mengingat Allah-lah hati menjadi tenteram"
(QS. Ar-Ra'du : 28)

Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman diantaramu dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat.
(QS. Al-Mujadalah : 11)

Carilah ilmu sejak dari buaian hingga ke liang lahat.
(Al Hadits)

Barangsiapa yang menempuh jalan untuk mencari suatu ilmu. Niscaya Allah memudahkannya kejalan menuju surga.
(HR. Turmudzi)

Barangsiapa yang menghendaki kehidupan dunia maka wajib baginya memiliki ilmu, dan barangsiapa yang menghendaki kehidupan akhirat maka wajib baginya memiliki ilmu, dan barangsiapa menghendaki keduanya maka wajib baginya memiliki ilmu.
(HR. Turmudzi)

Harga kebaikan manusia adalah diukur menurut apa yang telah dilaksanakan/diperbuatnya.
(Ali Bin Abi Thalib)

Kemenangan yang seindah-indahnya dan sesukar-sukarnya yang boleh direbut oleh manusia ialah menundukan diri sendiri.
(Ibu Kartini)

Besyukur akan apa yang kita punya lebih baik daripada bersedih akan apa yang kita tidak punya.
(Merry Riana)

Apabila anda berbuat kebaikan kepada orang lain, maka anda telah berbuat baik terhadap diri sendiri.
(Benyamin Franklin)

Kata yang paling indah bagi manusia adalah "IBU" dan panggilan paling indah adalah "IBUKU". Ini adalah kata penuh harapan dan cinta yang keluar dari kedalaman hati paling dalam.
(Kahlil Gibran)

Pengetahuan itu memang pahit namun ia adalah cahaya dari cahaya langit yang meneteskan manisnya madu kehidupan pada akhirnya.
(M Debl y Nugraha Al-Azizy)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa Syukur Alhamdulillah yang setulus-tulusnya dan setinggi-tingginya kepada Allah Azza wajalla dan menghaturkan shalawat salam kepada junjungan alam Nabi besar Muhammad SAW beserta keluarganya dan para sahabat semuanya, karya sederhana ini kupersembahkan untuk :

Ayah dan Ibundaku Tercinta
[Suradi & Densi]

Sebagai bukti dan bakti ananda dalam mengemban tanggung jawab yang telah di berikan. Yang selalu menitipkan do'a dan kasih sayangnya di setiap hembusan nafasnya, perjuangan dan pengorbanannya dalam membimbing dan menasehati di setiap komunikasi yang menjadi kekuatan tersendiri dalam langkah ini.

Adik-Adikku Tersayang
Adik kecilku Rafly dan Ilham yang selalu menjadi penyemangat dalam berjuang di kehidupan ini yang istimewa dan pintar

Semua Keluarga Besarku Tercinta
Kakek, Nenek, Pakde, Bukde, Paman, Bukle dan Keponakanku Sanak Saudara semuanya yang menjadi pendukung disetiap kali ada cobaan dan masalah yang mendera.

THANKS TO

ALLAH SWT

Segala puji dan syukur hanya untuk Engkau semata

Ya Rabbi terima kasih Engkau telah melimpahkan segala rahmat dan hidayahMu kepada hamba dan selalu memudahkan setiap langkah hamba selama ini.... Terima kasih ya ALLAH karena Engkau selalu mendengar do'a dan harapan-harapan hamba di setiap sujud hamba.

Ayah & Ibundaku Tercinta

Ayah bundaku....terima kasih atas segala perjuangan dan pengorbananmu... atas segala do'a dan kasih sayang yang telah engkau berikan untuk ananda... aku "BANGGA" memiliki ayah dan bunda seperti kalian yang selalu berusaha memberikan yang terbaik buat ananda.... sungguh besar pegorbanan dan jasa yang engkau berikan AYAH IBU.

I Love You, my best Father and Mother

Adik-Adikku Tersayang

Adik kecilku Rafly dan Ilhamkalian semangat dan motivasi....terima kasih atas semua yang telah kalian berikan selama ini.

Keluarga Besarku Tercinta

Kakek, Nenek, Pakde, Bukde, Paman, Bukle dan Keponakanku Sanak Saudara semuanya terima kasih untuk semua dukungan dan do'anya.

Dosen Pembimbingku

Ibu Siti Dyah Handayani.... terima kasih IBU telah dengan sabarnya membagi ilmu dan bimbingannya dalam menyelesaikan SKRIPSI ini hingga selesai.

Dosen Manajemen UMY

Bundari, Ibu Muna, Ibu Rini, Ibu Indah, Ibu Fajar, Ibu Isto, Ibu Rita, Ibu Fauziah, Ibu Retno, Ibu Alni, Ibu Hasnah, Ibu Lela, Prof. Heru, Pak Winarso, Pak Misbah, Pak Imam, Pak Wihandaru, Pak Asnawi, Pak Gita dan lain-lainnya.... terima kasih telah membagi ilmunya selama perkuliahan semoga Allah SWT membalas jasa kalian semuanya.

Almaterku tercinta "UMY is the BEST UNIVERSITY"

Bapak Kontrakan Dan Ibu Kontrakan

Terima kasih selalu memberi kemudahan selama menempuh pendidikan di Yogyakarta ini dan mempercayai kami sebagai anak yang baik.

Anak- Anak Manajemen Angkatan 2012

Manajemen D : Bang Zai "Kepala Suku" "Dewa" "Tomcat dan Biawak", Abu Hasan Alias Gingsul "Pemburu wanita dan Dedek Gemes", Windu "WG", Sukirman "Dewa", Arfan "Cebol" Ucik, Tegar, Roni, Sainghaji "Haji Sbobet", Riza, Aril "Lolok", Aga, Angga Kedep, Leonardo De Caprio, Iqbal, Satria "Stay Cool", Beny, Dora, Chintia, Ari dan Intan.

Satria Marta Laksana, Ibnu Hajar "Janda", imam taqwa, Eric, Ardhin, Rizal, Muhajir, Jono, Totok, Badrus, Arjun, Rahmad, Andika, Adri dan teman-teman semuanya

"sukses terus buat kalian dimana pun berada dan semoga segera tercapai cita-citanya"

Keluarga KKN 45

Muhajir teman kabur dari posko "Cerdas dan Bersahaja"

Cak Burhan teman yang gila "Baik tapi agak sedikit menyimpang"

Bang Man "sang guru"

Ades "Pelawak gila"

Mak Narita "langsung nikah aja Biar gag ditinggal lagi"

Miftha umi "sang pensenyum"

Tri Si hidung cerewet "jangan nangis terus, bawak jalan-jalan biar enak"

Keluarga Magang

Elen, Bang Zai, Beny, Mbak Mega, Mbak Woro, Mbak Aul, Mbak Ayu dan Pak Rajendra.

Sahabat Seperjuangan

Ustadz Hilman Abdul Aziz, Bang Zai, Abu Hasan "Gingsul Pemburu Wanita", Arif, Inu NClap NClup si "Pencinta Janda", Ridho Toyib si "banyak adek-adekan", Ardhin, Lukman, Rahmad, Imam, Rizal "Cebol", Dhani "R", Riwa "Congor", Udin "bangkek", Mirzan "step", Eko, Badrus, Dedi, Muhajir, Jono, Rizal "SM", Rao "stres", Eric, Izzul, Andri, Anika, Ipung, Musolli, Yayan, Agus, Lyna, Njii dan Narwastu, sahabat kos, Hendra, Udin, Yusuf, Satria.

Tanpa Terkecuali

Warga Burcing, Angkringan Kang Mul, Burjo Asep, Toko Damai, Ilalang, Alfamart, Indomart, BMT UMY, Microsoft Word, Excel, SPSS, COC, PES 2013, Stronghold, TV Gebok, Kipas Meriang, BTN UMY, TU UMY, Biro Admisi, Perpustakaan UMY, Parkiran UMY, Taman Batu UMY, Kolam UMY, Lab UMY, PPM UMY, LP3M UMY, LPPI UMY dan Sportorium UMY.

INTISARI

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui bukti empiris mengenai pengaruh citra merek dan kualitas persepsian terhadap keputusan pembelian. Selain itu untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kualitas persepsian terhadap keputusan pembelian secara simultan.

Penelitian ini dilakukan pada konsumen produk Eiger di Kota Yogyakarta. Jumlah sampel pada penelitian ini 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *convenience sampling* dimana sampel diambil dengan cara mendatangi responden secara langsung dan memilih secara kebetulan namun memiliki karakteristik tertentu yaitu responden yang pernah membeli produk Eiger. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebar kepada responden konsumen produk Eiger yang ada di kota Yogyakarta terkait variabel citra merek, kualitas persepsian dan keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil uji T variabel citra merek dan kualitas persepsian memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan berdasarkan hasil uji F menunjukkan bahwa variabel citra merek dan kualitas persepsian berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Eiger di Kota Yogyakarta.

Kata kunci : citra merek, kualitas persepsian dan keputusan pembelian.

ABSTRACT

This study aimed to determine the empirical evidence on the effect of brand image and perceived quality on the purchasing decision. In addition to knowing the effect of brand image and perceived quality on purchase decisions simultaneously.

Research was conducted on consumer products Eiger in the city of Yogyakarta. The number of samples in this study were 100 respondents. The sampling technique used was convenience sampling where samples were taken by approaching the respondents directly and choose by chance but has certain characteristics that respondents who have bought the product Eiger. Methods of data collection used questionnaires distributed to respondents Eiger consumer products in the city of Yogyakarta related variables of brand image, perceived quality and purchase decisions.

Based on the T test results variable brand image and perceived quality has a significant influence on purchasing decisions. While based on the F test results showed that the variable quality of the brand image and perceived influence simultaneously on product purchasing decisions Eiger in the city of Yogyakarta.

Keywords: brand image, perceived quality and purchase decisions

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kasih sayang, rahmat dan karunia-Nya serta shalawat dan salam semoga senantiasa tetap tercurahkan kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW, juga segenap keluarganya, sahabat, dan para pengikutnya yang Insya ALLAH kita termasuk didalamnya. Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Persepsian terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger di Kota Yogyakarta”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Dr. Nano Prawoto, SE, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dra. Retno Widowati Purnama Asri, M.Si. Ph.D., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Siti Dyah Handayani, SE, M.M selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan, bimbingan serta nasehat selama proses penyelesaian skripsi ini.

4. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
5. Bapak dan Ibu Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu kritik, saran yang membangun dari berbagai pihak sangat penulis harapkan demi perbaikan-perbaikan kedepannya.

Wassalamualikum Wr. Wb

Yogyakarta, 04 Agustus 2016

Penulis,

Muhammad Debby Nugraha

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
INTISARI	ix
ABSTRAK.....	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penellitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	8
1. Citra Merek	8
2. Kualitas Pe:sepsian	13

3. Keputusan Pembelian.....	19
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	25
C. Perumusan Hipotesis.....	26
D. Model Penelitian.....	29
 BAB III METODE PENELITIAN	
A. Subjek dan Objek Penelitian.....	30
B. Teknik Pengambilan Sampel.....	30
C. Jenis Data.....	31
D. Teknik Pengumpulan Data.....	32
E. Defenisi Operasional Variabel Penelitian.....	32
F. Uji Kualitas Instrumen.....	34
1. Uji Validitas.....	34
2. Uji Reliabilitas.....	35
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data.....	35
 BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	39
B. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	42
C. Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	43
D. Hasil Uji Kualitas Instrumen.....	47
1. Uji Validitas.....	47
2. Uji Reliabilitas.....	49
E. Hasil Pengujian Hipotesis.....	49
F. Pembahasan.....	53

BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	60
B. Keterbatasan Penelitian.....	60
C. Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA	62

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 20 Merek Peralatan Outdoor Paling Terkenal	4
Tabel 1.2 Top Brand Award	5
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	44
Tabel 4.2 Analisis Deskriptif Citra Merek	46
Tabel 4.3 Analisis Deskriptif Kualitas Persepsian	47
Tabel 4.4 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian.....	48
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Validitas Citra Merek.....	50
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Validitas Kualitas Persepsian.....	50
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Validitas Keputusan Pembelian	51
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	52
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Hipotesis Uji F-Test	54
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Hipotesis Uji T-Test Citra Merek	54
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Hipotesis Uji T-Test Kualitas Persepsian	55
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	51

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Model Penelitian	30
-----------------------------------	----