

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, PROMOSI, CITRA
MEREK DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK MINUMAN TEH DALAM KEMASAN MEREK S-TEE DI KOTA
YOGYAKARTA**

***THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTION,
PROMOTION, BRAND IMAGE AND HALAL LABEL ON DECISION
PURCHASE OF TEA DRINKING PRODUCTS IN BRAND PACKAGE S-TEE IN
YOGYAKARTA***

SKRIPSI

Diajukan guna memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta.



Oleh:

YAHYA BASRI

20130410077

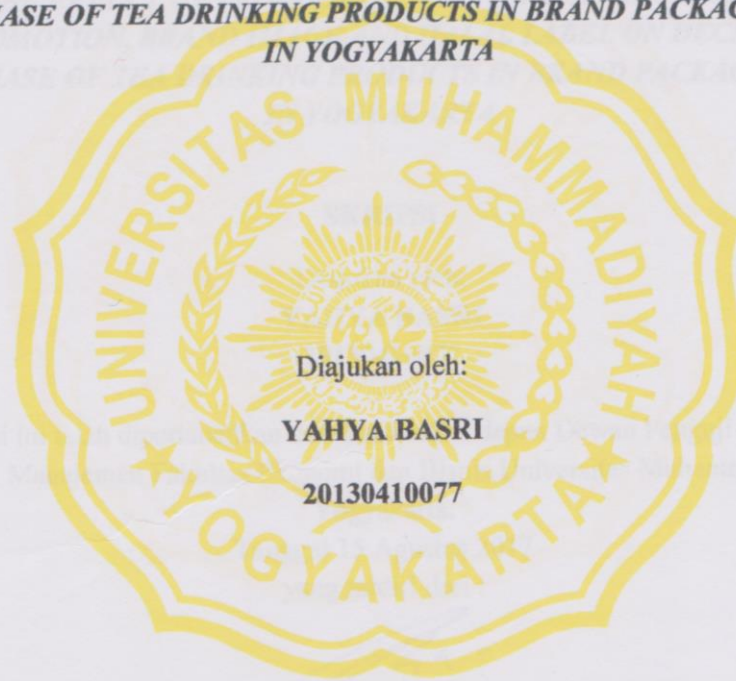
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2017

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, PROMOSI,
CITRA MEREK DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK MINUMAN TEH DALAM KEMASAN MEREK S-
TEE DI KOTA YOGYAKARTA**

***THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTION,
PROMOTION, BRAND IMAGE AND HALAL LABEL ON DECISION
PURCHASE OF TEA DRINKING PRODUCTS IN BRAND PACKAGE S-TEE
IN YOGYAKARTA***



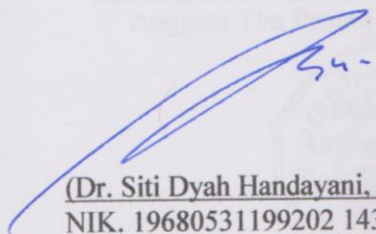
Diajukan oleh:

YAHYA BASRI

20130410077

Telah Disetujui Dosen Pembimbing

Dosen Pembimbing Skripsi


(Dr. Siti Dyah Handayani, MM.)
NIK. 19680531199202 143 012

Tanggal 23 Agustus 2017

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Yahya Basri

Nomor Mahasiswa : 20130410077

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, PROMOSI, CITRA MEREK DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MINUMAN TEH DALAM KEMASAN MEREK S-TEE DI KOTA YOGYAKARTA”**

tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi ini atau perguruan tinggi lain, sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang memang secara tertulis menjadi acuan dalam penelitian ini dan hal itu disebutkan dalam daftar pustaka. Namun apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 23 Agustus 2017



Yahya Basri

MOTTO

Kata paling indah di bibir umat manusia adalah kata “ibu” dan panggilan paling indah adalah “ibuku”, ini adalah kata penuh harapan dan cinta, kata manis dan baik yang keluar dari dalam hati.

(Khairil Gibran).

“Kesabaran bermahkotakan keimanan. Orang yang kehilangan kesabaran adalah tidak beriman”

(Jalalu'ddin Rumi).

Tidak ada manusia yang mati karena kelaparan, yang ada hanya manusia mati dalam keadaan bodoh dan rasa malas.

Manusia selalu mencari hal yang besar, namun manusia lupa bahwa hidup adalah kumpulan hal – hal yang kecil.

Barang siapa yang di usia mudanya tidak bekerja keras, maka dia akan bekerja keras di usia tua.

Berilah maka kau akan menerima, berbuat baiklah maka kau akan menerima kebaikan. Namun berbeda dengan cinta yang dimana jika kau mencintai belum tentu kau dicintai.

PERSEMBAHAN

KARYA KECIL INI KU PERSEMBAHKAN UNTUK KEDUA ORANG TUAKU

Buat ibu, terimakasih yang begitu besar atas setiap doa dalam sujudmu, dukungan, nasehat, kepercayaan, cinta dan kasih sayang kepada anakmu ini. Terimakasih sudah menjadi teman tempat berkeluh kesah ternyaman didunia ini.

Buat bapak, terimakasih atas kerja keras dan kesabaranmu selama ini. Terimakasih yang begitu besar aku ucapkan, sikapmu yang diam seakan tak peduli tak dapat menutupi rasa sayang bapak pada saya. Bapak jarang telpon saya bukannya bapak tak sayang tapi bapak takut mengganggu kuliah saya. Kadang sempat iri melihat teman – teman yang setiap hari di telpon oleh bapaknya, tapi semua itu hilang di saat kau bercerita tentang kesehatanmu yang semakin hari semakin menurun tapi kau tetap mencari nafkah, kau mencoba untuk menjadi tulang punggung yang bertanggung jawab. Maafkan anakmu bapak, terimakasih atas kerja kerasmu

Buat kakak dan adikku :

Kakakku Osman jailani, meskipun kamu suka buat kesal tapi di sisi lain kamu adalah sosok kakak yang bertanggung jawab atas adik – adiknya.

Adikku Tri Ade Wulandari, terimakasih sudah menjadi adik yang bawel, pintar dan cantik.

Sahabat – sahabat terbaikku :

Terimakasih buat para sahabatku, Nopan syahrin, Zainal oktavianto, Aldi bagus syahputra, Nilson rais, Neni aprianti, Witanti, Saeful anwar, keluarga besar HIMAMA FEB UMY, keluarga besar KKN 069 2013 UMY dan keluarga besar Manajemen 2013 UMY, kalian adalah orang – orang hebat yang aku temui di kota yang istimewa Yogyakarta

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan inayah-Nya, sehingga penulis tetap diberi kekuatan iman dan islam dengan ijin-Nya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, PROMOSI, CITRA MEREK DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN TEH DALAM KEMASAN MEREK S-TEE di YOGYAKARTA**

Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata satu untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis menyadari bahwa tanpa ridho Allah SWT, kerja keras serta bantuan dari banyak pihak, skripsi ini tidak akan pernah terselamatkan. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk penulis terutama kepada yang terhormat :

1. Bapak Rizal Yaya, Ph.D.,M.Sc.,AK.,CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis 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, MM. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing saya dalam melalui proses yang panjang dan tak mudah ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
5. Teman-teman Manajemen 2013
6. Teman-teman HIMAMA (Himpunan Mahasiswa Manajemen), terima kasih atas segala halnya, karena disinilah saya mendapatkan segala, dan yang terpenting saya mendapatkan kalian, karena kalian adalah keluarga.

Semoga segala jenis bantuan dan dukungan yang diberikan kepada penulis mendapatkan balasan dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu tentunya penulis menerima berbagai kritik dan saran yang membangun dalam perbaikan-perbaikan kedepannya demi hasil yang lebih baik lagi.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 23 Agustus 2017

Yahya Basri

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
INTISARI	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
1. Manfaat Teoritis	8
2. Manfaat Praktis.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Landasan Teori.....	10
1. Pemasaran.....	10
2. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	11
3. Kualitas Produk	13

4. Persepsi Harga	15
5. Promosi.....	21
6. Citra Merek (<i>Brand Image</i>).	22
7. Keputusan Pembelian.	23
8. Label Halal	27
B. Penelitian Terdahulu.....	28
C. Kerangka Pemikiran dan Penurunan Hipotesis.....	31
D. Model Penelitian	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
A. Objek dan Subjek Penelitian	35
B. Populasi dan Sampel.	35
C. Jenis Data	36
D. Teknik pengambilan sampel.....	36
E. Teknik Pengumpulan Data.	37
F. Definisi Operasional Variabel Penelitian	37
1. Kualitas Produk	37
2. Persepsi Harga	38
3. Promosi.....	39
4. Citra merek (<i>Brand image</i>).....	39
5. Label Halal	40
6.Keputusan Pembelian	40
G. Pengujian Kualitas Instrumen	42
1.Uji Validitas.....	42

2. Uji Reliabilitas	43
H. Uji Asumsi Klasik	43
1. Uji Normalitas	43
2. Uji Multikolinearitas.....	44
3. Uji Heteroskedastisitas	44
4. Uji Autokorelasi	45
I. Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis	45
1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	45
2. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	46
3. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)	47
4. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
A. Gambaran Umum Objek Dan Subjek Penelitian	49
1. Objek Penelitian	49
2. Subjek Penelitian	50
B. Uji Kualitas Instrumen dan Data	53
1. Uji Validitas.....	53
2. Uji Reliabilitas	54
C. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	55
1. Uji Normalitas	56
2. Uji Heteroskedastisitas	57
3. Uji Multikolineartias.....	57
4. Uji Autokorelasi	58

D. Hasil Penelitian	64
1. Analisis Deskriptif Jawaban Responden	64
2. Analisis Regresi Berganda.....	68
a. Uji Regresi Simultan (uji F).....	68
b. Uji Regresi Parsial (uji t).....	69
c. Koefisien Determinasi (R^2)	71
E. Pembahasan	71
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN	76
A.Simpulan	76
B.Keterbatasan Penelitian	77
C.Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	78
Lampiran - lampiran.....	81
Lampiran 1 Kuesioner.....	81
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas.....	95
Lampiran 3 Hasil Uji Reliabilitas	99
Lampiran 4 Hasil Uji Normalitas	100
Lampiran 5 Uji Heteroskedastisitas	102
Lampiran 6 Uji Multikolinearitas.....	102
Lampiran 7 Autokorelasi.....	103
Lampiran 8 Analisis Deskriptif Jawaban Responden.....	104
Lampiran 9 Analisis Regresi Berganda.....	105

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 4.1 Tingkat Pengambilan Kuesioner.....	50
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia, Pendidikan, Pengeluaran dan Jenis Kelamin.....	52
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas	53
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	55
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas	56
Tabel 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas	57
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas	58
Tabel 4.8 Tanggapan Jawaban Responden Mengenai Variabel Kualitas Produk.....	64
Tabel 4.9 Tanggapan Jawaban Responden Mengenai Variabel Persepsi Harga.....	64
Tabel 4.10 Tanggapan Jawaban Responden Mengenai Variabel Promosi	65
Tabel 4.11 Tanggapan Jawaban Responden Mengenai Variabel Citra Merek	66
Tabel 4.12 Tanggapan Jawaban Responden Mengenai Variabel Label Halal.....	66
Tabel 4.13 Tanggapan Jawaban Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian..	67
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : Posisi Top Brand Award Tehbotol Sosro dan Teh Pucuk Harum.....	6
Gambar 2.1 Bauran Pemasaran.....	12
Gambar 2.2 : Lima Tahap Pengambilan Keputusan.	23
Gambar 2.3 Model Penelitian	34