

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU
MEREK SPECS
(Studi Empiris pada Mahasiswa Universitas Katolik
Widya Mandala Madiun)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
Memperoleh gelar Sarjana Strata 1



Oleh :
Nama: Marius Ari
NIM : 51414031

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA MADIUN
2019**

Skripsi berjudul

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPATU MEREK SPECS
(Studi Empiris Pada Mahasiswa Universitas Katolik
Widya Mandala Madiun)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Marius Ari (51414031)

Telah disetujui dan diterima baik oleh pembimbing skripsi Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Madiun, guna melengkapi sebagian
Tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen

Madiun, 16 Januari 2019

Disetujui dan diterima dengan baik oleh
Pembimbing



Dra. Dyah Kurniawati, M. Si
NIDN.0713126601

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Unika Widya Mandala Madiun



Mujilan, S.E., M.Sc.
NIDN. 0702067703

Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Unika Widya Mandala Madiun



Maria Fitriani, S.E., M.Sc.
NIDN. 0717128001

Skripsi berjudul

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPATU MEREK SPECS
(Studi Empiris Pada Mahasiswa Universitas Katolik
Widya Mandala Madiun)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Marius Ari (51414031)

Telah dipertahankan didepan tim penguji dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima, guna mencapai sebagian tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen

Madiun, 21 Januari 2019

Tim Penguji

1. **Veronika Agustini SM, S.E., M.Si.**
NIDN. 0717087201

()

2. **Ardianus Laurens P., S.E., M.Sc**
NIDN. 0721048301

()

3. **Dra. Dyah Kurniawati, M.si.**
NIDN. 0713126601

()

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya buat dengan Judul : **Pengaruh Harga, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Specs (Studi Empiris Pada Mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Madiun)** tidak memuat karya orang lain atau bagian karya orang lain, kecuali yang telah disebutkan dalam daftar pustaka selayaknya karya ilmiah.

Jikalau ternyata terbukti hasil jiplakan, dengan sendirinya skripsi saya batal dan saya bersedia gelar keserjanaan saya dicabut dan hak saya sebagai mahasiswa ditiadakan.

Madiun, 16 Januari 2019



Marius Ari

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*Jangan Merusak Hari Ini Dengan Mengingat
Hal Buruk Yang Kemarin, Hadapi Hari Ini
Dengan Membuat Hal Yang Lebih Baik*

*Jangan Takut Untuk Bermimpi. Karena
Mimpi Adalah Tempat Menanam Benih
Harapan Dan Memetakan Cita-Cita (One Piece)*

*Apa Pun Keterbatasan Diri Kita,
Ingatlah Bahwa Kita Adalah Edisi Khusus
Ciptaan Allah. Mari Hargai dan Maksimalkan
Potensi Kita*

Kupersembahkan karya ini untuk:

- Ayah dan Ibu ku
- Romo Sabinus
- Keluarga PKBBM
- Sahabat dan teman-temanku
- Almamaterku

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, promosi, dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepatu merek Specs. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang membeli sepatu merek Specs sebanyak 100 responden yang diambil dengan teknik *Convenience Sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda dan pengujian hipotesis menggunakan uji t. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa harga, promosi, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, maka sebaiknya perusahaan sepatu Specs dapat mempertahankan harga, promosi, dan citra merek yang sesuai dengan apa yang konsumen inginkan dan butuhkan sehingga dapat mempengaruhi konsumen dalam membeli.

Kata Kunci: **harga, promosi, citra merek, dan keputusan pembelian**

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah yang maha kuasa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **Pengaruh Harga, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Specs (Studi Empiris Pada Mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Madiun)**. Penulisan laporan skripsi ini bertujuan untuk melengkapi gelar Sarjana Manajemen Progam Studi Manajemen Univeristas Katolik Widya Mandala Madiun.

Penulisan skripsi ini pastinya tidak lepas dari doa, dukungan, bimbingan serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu:

1. Bapak Mujilan, S.E., M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Madiun.
2. Ibu Vivi Ariyani, S.E., M.Sc., selaku Ketua Jurusan Progam Studi Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Madiun.
3. Ibu Dra. Dyah Kurniawati, M.Si selaku pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, saran, nasehat dan *support* yang sangat berguna selama penulisan skripsi.
4. Ibu Veronika Agustini Srimulyani, S.E., M.Si selaku wali studi dan Bapak Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Madiun, khususnya progam studi Manajemen yang telah memberikan ilmu dan motivasi sehingga menjadi bekal bagi penulis dalam menyusun skripsi.
5. Para responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner demi kelancaran penelitian ini.

6. Bapak, ibu, dan adik dan seluruh keluarga dikalimantan yang telah memberikan doa, semangat, dukungan dan motivasi selama kuliah dan penyusunan skripsi.
7. Yang terbaik kalian Zhara, Osi, Pentol, Sandi, Hanif, Titis, Reza, Rachel, Yola, Silvi, Ayu, Vani dan semua teman seperjuangan Manajemen angkatan 2014 yang selalu memberikan dukungan, semangat dan berjuang bersama-sama menyusun skripsi.
8. Teman-teman Paguyuban Keluarga Besar Borneo Madiun (PKBBM) yang telah memberikan dukungan.
9. Seluruh keluarga besar Prodi Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Madiun yang telah memberikan dukungan dan inspirasi. Serta berbagai pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, terima kasih atas segala bantuannya.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan karena adanya keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Madiun, 16 Januari 2019

Penulis,

Marius Ari

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	10
A. Telaah Teori	10
1. Pengertian Pemasaran.....	10
2. Perilaku Konsumen	10
3. Keputusan Pembelian	12
a. Pengertian Keputusan Pembelian	12
b. Proses Keputusan Pembelian	12
4. Bauran Pemasaran	15
5. Harga	15
6. Promosi.....	17
7. Citra Merek.....	19
a. Merek	19
1) Pengertian Merek	19
2) Manfaat merek	20
b. Citra Merek	20
B. Pengembangan Hipotesis	21

1.	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	21
2.	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	22
3.	Pengaruh Citra merek terhadap keputusan pembelian	23
C.	Kerangka Pemikiran.....	24
BAB III METODA PENELITIAN		25
A.	Desain Penelitian.....	25
B.	Populasi dan Sampel	25
1.	Populasi	25
2.	Sampel	26
C.	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	26
D.	Lokasi dan Waktu Peneltian.....	28
E.	Data dan Prosedur Pengumpulan Data.....	29
1.	Data Primer.....	29
2.	Data Sekunder	29
F.	Teknik Analisis	30
1.	Uji Validitas	30
2.	Uji Reliabilitas.....	30
3.	Uji Asumsi Klasik	31
a.	Normalitas.....	31
b.	Uji Autokorelasi.....	31
c.	Uji Multikolinieritas	32
d.	Uji Heteroskedastisitas	33
4.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	34
5.	Koefisien Determinasi (R ²).....	35
6.	Uji hipotesis.....	35
a.	Uji t	35
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		37
A.	Data Penelitian	37
B.	Gambaran Umum Obyak Penelitian	37
C.	Karakteristik Responden	51
1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51

2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi	52
D.	Hasil Penelitian	53
1.	Deskriptif Variabel Penelitian	53
2.	Deskripsi Variabel Harga	53
3.	Deskripsi Variabel Promosi.....	55
4.	Deskripsi Variabel Citra Merek	57
5.	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	59
E.	Uji Kualitas Data.....	61
1.	Uji Validitas	61
2.	Uji Reliabilitas.....	62
F.	Uji Asumsi Klasik.....	63
1.	Uji Normalitas	63
2.	Uji Autokorelasi	64
3.	Uji Multikolinieritas	65
4.	Uji Heteroskedasitas.....	66
G.	Analisis Regresi Linier Berganda	68
H.	Koefisien Determinasi (R ²)	69
I.	Uji Hipotesis	69
1.	Uji t.....	69
a.	Pengaruh harga (X1) terhadap keputusan pembelian (Y).....	70
b.	Pengaruh promosi (X2) terhadap keputusan pembelian (Y)	71
c.	Pengaruh citra merek (X3) terhadap keputusan pembelian (Y)	71
J.	Pembahasan.....	72
1.	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Specs pada Mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Madiun.....	72
2.	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Specs pada Mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Madiun.....	73
3.	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Specs pada Mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Madiun	74
4.	Pengaruh Harga, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Specs Pada Mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Madiun	75

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	77
A. Kesimpulan	77
B. Implikasi Manajerial	78
C. Keterbatasan Penelitian.....	78
D. Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Proses Keputusan Pembelian.....	13
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	24
Gambar 3.1	Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0	36
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Universitas Katolik Widya Mandala Madiun.....	38
Gambar 4.2	Grafik P Plot Uji Normalitas.....	64
Gambar 4.3	Grafik Scatterplot Uji Heteroskedasititas.....	67
Gambar 4.4	Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis Harga.....	70
Gambar 4.5	Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis Promosi.....	71
Gambar 4.6	Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis Citra Merek.....	72

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	51
Tabel 4.2 Program Studi Responden	52
Tabel 4.3 Skala Interval	53
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Mengenai Harga	54
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Promosi	56
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Citra Merek	58
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian	60
Tabel 4.8 Uji Validitas	62
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas	63
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Autokorelasi	65
Tabel 4.11 Uji Multikolinieritas	66
Tabel 4.12 Regresi Linier Berganda	68

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Daftar Kuesioner
- Lampiran 2 Data Karakteristik Responden dan Data Variabel
- Lampiran 3 Uji Kualitas Data
- Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 5 Uji Regresi Berganda
- Lampiran 6 Daftar Tabel R, T dan Durbin Watson