



**ANALISIS PENGARUH HARGA, PROMOSI, CITRA MEREK
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MELALUI FACEBOOK PADA "ONLINE SHOP"
JERSEY SEPAK BOLA DI JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)
Dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :

MUHAMMAD IKBAL

NIM : 12.10.411.205

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

DESEMBER, 2016

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **MUHAMMAD IKBAL**

NIM : **12.10.411.205**

Prodi : **Manajemen Pemasaran/S1**

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : **ANALISIS PENGARUH HARGA, PROMOSI, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI FACEBOOK PADA "ONLINE SHOP" JERSEY SEPAK BOLA DI JEMBER** adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa utipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya, sesuai sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, Desember 2016

Yang menyatakan,

MUHAMMAD IKBAL

NIM : 12.10.411.205

PERSETUJUAN SKRIPSI



ANALISIS PENGARUH HARGA, PROMOSI, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI FACEBOOK PADA "ONLINE SHOP" JERSEY SEPAK BOLA DI JEMBER

SKRIPSI

Oleh :

MUHAMMAD IKBAL

NIM : 12.10.411.205

Dosen Pembimbing Utama : Drs. Akhmad Suharto., MP.

Dosen Pembimbing Pendamping : Feti Fatimah, SE., MM.

PENGESAHAN

Skripsi berjudul: **ANALISIS PENGARUH HARGA, PROMOSI, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI FACEBOOK PADA "ONLINE SHOP" JERSEY SEPAK BOLA DI JEMBER** telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 22 Desember 2016

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Dr. Nurul Qomariah., MM

NPK 06 03 426

Anggota 1,

Anggota 2,

Drs. Akhmad Suharto, MP.

NPK. 89 06 242

Feti Fatimah, SE., MM.

NIDN. 07 09 622

Mengesahkan :

Dekan

Ketua Jurusan

Dr. Arik Susbiyani, S.E. M.Si.

NPK 01 09 289

Maheni Ika Sari, SE, MM.

NIDN 0011087701

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”
(Q.S. Al-Baqarah: 286)

“Wahai orang-orang yang beriman mintalah pertolongan melalui Sabar dan Shalat, sesungguhnya Allah bersama orang-orang yang sabar. Dan benar-benar akan Kami uji kamu dengan sedikit ketakutan, kelaparan, dan kekurangan buah-buahan, dan berilah kabar gembira bagi orang-orang yang sabar, (yaitu) yang apabila mereka tertimpa musibah mereka mengatakan “Sesungguhnya kami adalah milik Allah dan kepada-Nya kami kembali”
(Q.S. Al-Baqarah: 155-156)

Janganlah kau takut untuk salah dan melangkah. Karena salah dapat membuat anda introspeksi dan menjadi orang lebih baik.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian melalui Facebook pada Online Shop Jersey Sepak Bola di Jember. (2) Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian melalui Facebook pada Online Shop Jersey Sepak Bola di Jember. (3) Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian melalui Facebook pada Online Shop Jersey Sepak Bola di Jember. (4) Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui Facebook pada Online Shop Jersey Sepak Bola di Jember. (5) Pengaruh harga, promosi, citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui Facebook pada Online Shop Jersey Sepak Bola di Jember. Sampel dalam penelitian ini sejumlah 75 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan Purposive Sampling. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai koefisien variabel harga, promosi, citra merek, kualitas produk dengan arah positif serta variabel harga (X1) $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($2,295 > 1,667$) signifikan 0,003, variabel promosi (X2) $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($5,553 > 1,667$) signifikan 0,025, variabel citra merek $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($2,621 > 1,667$) signifikan 0,011, variabel kualitas produk $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($10,606 > 1,667$) signifikan 0,000. Berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada *Online Shop* Jersey Sepak Bola di Jember secara parsial. Dan hasil penelitian diperoleh F_{hitung} ($9,746$) $>$ F_{tabel} ($3,422$) dan sig 0,000 hal ini menunjukkan bahwa harga, promosi, citra merek dan kualitas produk mempunyai pengaruh signifikansi terhadap keputusan pembelian simultan diterima.

Kata kunci : Harga, Promosi, Citra Merek, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine: (1) The influence of price on purchase decisions via Facebook in Online Shop Jersey Football in Jember. (2) The effect of promotions on purchase decisions via Facebook pada Online Shop Jersey Football in Jember. (3) The influence of brand image on purchase decisions via Facebook in Online Shop Jersey Football in Jember. (4) The effect of the quality of products on purchase decisions via Facebook in Online Shop Jersey Football in Jember. (5) The effect of pricing, promotion, brand image and product quality on purchasing decisions via Facebook in Online Shop Jersey Football in Jember. The sample in this study of 75 respondents. The sampling technique used purposive sampling.. Based on the results obtained by the coefficient of variable pricing, promotion, brand image, product quality with arah positive as well as the price variable (X1) $T_{hitung} > T_{tabel}$ (2.295 > 1.667) was significantly 0,003, promotion variable (X2) $T_{hitung} > T_{tabel}$ (5.553 > 1.667) was significantly 0,025, brand image variable $T_{hitung} > T_{tabel}$ (2.621 > 1.667) 0.011 significant, variable product quality $T_{hitung} > T_{tabel}$ (10.606 > 1.667) 0.000 significant. Positive influence on purchase decisions in the Online Shop Jersey Football in Jember partially. And research results diperoleh F_{hitung} (9.746) > F_{table} (3,422) and 0,000 sig suggesting that price, promotion, brand image and product quality has a significant influence on purchasing decisions simultaneously accepted

Keywords: Pricing, Promotion, Brand, Product Quality and Purchasing Decisions

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillahirabbilalamin banyak nikmat yang Allah berikan tetapi sedikit yang kita ingat. Segala puji syukur kepada Allah SWT atas segala berkah, rahmat, taufik serta hidayahnya yang tidak terkira besarnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Motivasi, Kepemimpinan dan Kompensasi Terhadap Semangat Kerja Karyawan Studi pada PT. Duta Bangsa Mandiri Jember ”.

Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunannya, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar besarnya kepada:

1. Dr. Arik Susbiyani, S.E.,M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
2. Maheni Ikasari, SE, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
3. Drs. Akhmad Suharto, MP. selaku Dosen Pembimbing I dan Feti Fatimah, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
4. Dr. Nurul Qomariah,. MM. selaku Dosen Penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.

5. Seluruh Staff Pengajar/dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staff Pengajar Jurusan Manajemen.
6. *Online Shop Jersye* yang telah memberikan izin dan karyawan-karyawan yang telah membantu dalam pelaksanaan penelitian.
7. Terima kasih Bapak dan Ibu ku tercinta dan tersayang, terimakasih untuk do'a yang selalu ada di setiap helai nafas, untuk cinta dan kasih sayang yang tidak akan bisa digantikan oleh siapapun
8. Buat Silvia FH yang telah memotivasi dan mendampingi ku selama ini.
9. Sahabat ku Abdul Basid yang senantiasa menjadi penyemangat dan menemani di setiap hariku.
10. Terima kasih Novivatul Khotijah telah membantu dan membimbing ku selama skripsi ini.
11. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen angkatan 2012 yang telah memberikan semangat dan dukungan.
12. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan semua namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bisa memberikan sedikit kebahagiaan dan menuntun pada langkah yang lebih baik lagi. Meskipun penulis berharap isi dari skripsi ini bebas dari kekurangan dan kesalahan, namun selalu ada yang kurang. Oleh karena itu , penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat lebih baik lagi. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Jember, Desember 2016

Penyusun

MUHAMMAD IKBAL

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Tinjauan Teori.....	11
2.1.1 Pengertian Pemasaran	11
2.1.2 Konsep Pemasaran	12
2.1.3 Marketing Mix	12
2.1.4 Pengertian Harga	13
2.1.4.1 Strategi Penetapan Harga	13

2.1.4.2 Strategi Penyesuaian Harga	14
2.1.5 Pengertian Promosi	15
2.1.6 Citra Merek	17
2.1.6.1 Pengertian Merek	17
2.1.6.2 Ekuitas Merek	18
2.1.6.3 Pengertian Citra Merek	19
2.1.6.4 Pengukuran Citra Merek	20
2.1.7 Kualitas Produk	22
2.1.8 Keputusan Pembelian	23
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	28
2.3 Kerangka Konseptual	31
2.4 Hipotesis.....	32
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Identifikasi Variabel.....	36
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	36
3.3 Jenis dan Sumber Data	39
3.4 Populasi / Sampel.....	40
3.5 Tehnik Pengumpulan Data.....	40
3.6 Teknik Pengambilan Sampel	41
3.7 Teknik Analisis Data.....	41
3.7.1 Uji Instrumen Data.....	42
3.7.1.1 Uji Validitas	42
3.7.1.2 Uji Reliabilitas	43
3.7.1.3 Uji Normalitas.....	43
3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda	44
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	45
3.7.3.1 Uji Multikolinearitas	45
3.7.3.2 Uji Heteroskedastisitas.....	46

3.7.4 Pengujian Hipotesis.....	46
3.7.4.1 Uji t	46
3.7.4.2 Uji f	47
3.7.4.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	47
BAB 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Gambaran Ojek Penelitian	49
4.1.1 Sejarah Online Shop	49
4.1.2 Sejarah Online Shop Jersye.....	50
4.2 Karakteristik Responden	51
4.3 Penyajian Data	52
4.3.1 Analisis Deskriptif Pernyataan Responden.....	52
4.4 Analisis Data	61
4.4.1 Uji Instrumen Data.....	61
4.4.1.1 Uji Validitas	61
4.4.1.2 Uji Reabilitas.....	63
4.4.1.3 Uji Normalitas.....	63
4.4.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	64
4.4.3 Uji Asumsi Klasik.....	66
4.4.3.1 Uji Multikolinearitas	66
4.4.3.2 Uji Heterokedastisitas	67
4.4.4 Pengujian Hipotesis.....	68
4.4.4.1 Uji t	68
4.4.4.2 Uji F	70
4.4.4.3 Uji Koefisien Determinasi	70
4.5 Pembahasan	71

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	74
5.1 Kesimpulan	74
5.2 Keterbatasan	75
5.3 Saran	75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	: Perbandingan Penjualan Toko Online Shop	6
Tabel 1.2	: Perbandingan Jenis dan harga Produk di Jember.....	7
Tabel 2.1	: Ringkasan Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1	: Nilai Skala <i>Likert</i>	42
Tabel 4.1	: Responden Menurut Jenis Kelamin	51
Tabel 4.2	: Responden Menurut Usia.....	51
Tabel 4.3	: Frekuensi Responden Terhadap Harga	52
Tabel 4.4	: Frekuensi Responden Terhadap Promosi	54
Tabel 4.5	: Frekuensi Responden Terhadap Citra Merek	56
Tabel 4.6	: Frekuensi Responden Terhadap Kualitas Produk.....	58
Tabel 4.7	: Frekuensi Responden Terhadap Kualitas Produk.....	60
Tabel 4.8	: Hasil Pengujian Validitas.....	62
Tabel 4.9	: Hasil Pengujian Reliabilitas	63
Tabel 4.10	: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	65
Tabel 4.11	: Hasil Uji Multikolinearitas	67
Tabel 4.12	: Hasil Uji t, Uji f dan Koefisien Determinasi.....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia)	4
Gambar 2.1 : Proses Keputusan Pembelian	26
Gambar 2.2 : Kerangka Konseptual	31
Gambar 4.1. : Hasil IPengujian Normalitas.....	64
Gambar 4.2 : Hasil Pengujian Heterokedastisitas	68

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	: Kuesioner Penelitian
LAMPIRAN 2	: Rekapitulasi Kuisisioner
LAMPIRAN 3	: Hasil Perhitungan Frekuensi
LAMPIRAN 4	: Hasil Perhitungan Uji Validitas
LAMPIRAN 5	: Hasil Perhitungan Reliabilitas
LAMPIRAN 6	: Hasil Perhitungan Regresi Linier Berganda, Uji Asumsi Klasik dan Uji Hipotesis
LAMPIRAN 7	: Hasil Uji Linearitas
LAMPIRAN 8	: Tabel r
LAMPIRAN 9	: Tabel t
LAMPIRAN 10	: Tabel f
LAMPIRAN 11	: Penelitian Terdahulu