



**ANALISIS PENGARUH HARGA, CITRA MEREK DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEMEN MEREK
BOSOWA DI DESA LOJEJER**

SKRIPSI

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

Oleh :

DAVID EKA PUTRA MARDIANAM

NIM. 121.041.1095

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

JANUARI 2017

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **DAVID EKA PUTRA MARDIANAM**

NIM : **121.041.1095**

Prodi : **Manajemen Pemasaran /S1**

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : **ANALISIS PENGARUH HARGA, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEMEN MEREK BOSOWA DI DESA LOJEJER** adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan 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, 26 Januari 2017

Yang menyatakan,

DAVID EKA PUTRA MARDIANAM

NIM : 121.041.1095

PERSETUJUAN SKRIPSI



**ANALISIS PENGARUH HARGA, CITRA MEREK DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEMEN MEREK
BOSOWA DI DESA LOJEJER**

SKRIPSI

Oleh :

**DAVID EKA PUTRA MARDIANAM
NIM. 121.041.1095**

Dosen Pembimbing Utama : Seno Sumowo SE., MM.,

Dosen Pembimbing Pendamping : Drs. Anwar., M. Sc

PENGESAHAN

Skripsi berjudul: **ANALISIS PENGARUH HARGA, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEMEN MEREK BOSOWA DI DESA LOJEJER** telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : KAMIS

Tanggal : 26 JANUARI 2017

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Dr. Toni Herlambang, MM

NIDN. 0701016904

Anggota 1,

Anggota 2,

Seno Sumowo SE, MM.

NPK 01 09 288

Drs. Anwar, M. Sc

NPK 85 03 125

Mengesahkan :

Dekan

Ketua Jurusan

Dr. Arik Susbiyani, SE, 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)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada Semen Merek BOSOWA di Desa Lojejer. (2) pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen pada Semen Merek BOSOWA di Desa Lojejer.. (3) Pengaruh faktor kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Semen Merek BOSOWA di Desa Lojejer. (4) Pengaruh harga, citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Semen Merek BOSOWA di Desa Lojejer. secara simultan. Sampel dalam penelitian ini sejumlah 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan Purposive Sampling. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai koefisien variabel harga (X1) memiliki nilai $t_{hitung} (3.548) > t_{tabel} (1,660)$ dan signifikansi $0,001 < 0,05$, variabel citra merek (X2) memiliki nilai $t_{hitung} (4.620) > t_{tabel} (1,660)$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$, dan variabel kualitas produk (X3) memiliki nilai $t_{hitung} (2,792) > t_{tabel} (1,660)$ dan signifikansi $0,006 < 0,05$, berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Semen Merek Bosowa Di Desa Lojejer. Dan hasil penelitian diperoleh $F_{hitung} (187.429) > F_{tabel} (2,70)$, dan sig 0,000 hal ini menunjukkan bahwa kualitas harga, citra merek dan kualitas produk mempunyai pengaruh signifikansi terhadap keputusan pembelian Semen Merek Bosowa Di Desa Lojejer simultan diterima.

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

ABSTRACT

This study aims to determine: (1) Effect of prices on consumer purchasing decisions on Brand Cement Lojejer BOSOWA in the village. (2) the effect of brand image on consumer purchasing decisions on Brand Cement BOSOWA Village Lojejer. (3) Effect of product quality factors on consumer purchasing decisions on Brand Cement Lojejer BOSOWA in the village. (4) The effect of price, brand image and product quality on consumer purchasing decisions on Brand Cement Lojejer BOSOWA in the village. simultaneously. The sample in this study a total of 100 respondents. The sampling technique used purposive sampling. Based on the results obtained by the coefficient of the price variable (X1) has t value ((3.548)> t table (1.660) and significance 0.001 <0.05, brand image variable (X2) has t value (4.620)> t table (1,660) and significance 0.000 <0.05, and the variable quality of the product (X3) has t value (2,792)> t table (1.660) and significance 0.006 <0.05, positive influence on purchase decisions Brand Semen Bosowa In the village Lojejer. And the results obtained F count (187.429)> F table (2.70), and sig 0,000 this indicates that the quality of price, brand image and product quality has a significant influence on purchase decisions Brand Semen Bosowa In the village of simultaneous Lojejer accepted.

Keywords: Price, Brand and 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 HARGA, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEMEN MEREK BOSOWA DI DESA LOJEJER”**

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, SE.,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. Seno Sumowo., SE., MM selaku Dosen Pembimbing I dan Drs. Anwar., M.Sc selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
4. Dr. Toni Herlambang, 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. PT. Semen Bosowa Maros yang telah memberikan ijin dan karyawan-karyawan yang telah membantu dalam pelaksanaan penelitian.
7. Terima kasih kepada warga desa Lojejer yang telah membantu berlangsung nya skripsi ini.
8. 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.
9. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen angkatan 2012 yang telah memberikan semangat dan dukungan.
10. 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 agar skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Jember, Januari 2017

Penyusun

DAVID EKA PUTRA MARDIANAM

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	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran	8
2.1.2 Konsep Pemasaran	9
2.1.3 Pengertian Pelanggan	9
2.1.4 Harga	11
2.1.5 Citra Merek	14
2.1.6 Kualitas Produk	16
2.1.7 Keputusan Pembelian	18

2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	22
2.3 Kerangka Konseptual	25
2.4 Hipotesis	26
BAB 3. METODE PENELITIAN	30
3.1 Identifikasi Variabel	30
3.2 Definisi Operasional Variabel	30
3.3 Desain Penelitian	32
3.4 Jenis Data	32
3.5 Populasi dan Sampel	33
3.6 Teknik Pengambilan Sampel	34
3.7 Tehnik Pengumpulan Data	35
3.8 Teknik Analisis Data	35
3.7.1 Uji Instrumen Data	36
3.7.1.1 Uji Validitas	36
3.7.1.2 Uji Reliabilitas	36
3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda	37
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	38
3.7.3.1 Uji Multikolinearitas	38
3.7.3.2 Uji Heteroskedastisitas	39
3.7.3.3 Uji Normalitas	40
3.7.4 Pengujian Hipotesis	40
3.7.4.1 Uji t	40
3.7.4.2 Uji f	41
3.7.4.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	42

BAB 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Gambaran Ojek Penelitian	43
4.1.1 Sejarah PT. Semen Bosowa Maros	43
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	46
4.1.3 Status Perusahaan	46
4.1.4 Struktur Perusahaan	47
4.2 Gambaran Desa Lojejer	49
4.2.1 Sejarah Desa Lojejer	49
4.2.2 Visi dan Misi Desa Lojejer	49
4.3 Karakteristik Responden	51
4.4 Penyajian Data	52
4.4.1 Analisis Deskriptif Pernyataan Responden.....	52
4.5 Analisis Data	61
4.5.1 Uji Instrumen Data.....	61
4.5.1.1 Uji Validitas	61
4.5.1.2 Uji Reabilitas.....	62
4.5.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	63
4.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	65
4.5.3.1 Uji Multikolinearitas	65
4.5.3.2 Uji Heterokedastisitas	66
4.5.3.3 Uji Normalitas	67
4.5.4 Pengujian Hipotesis.....	68
4.5.4.1 Uji t	68
4.5.4.2 Uji F	69
4.5.4.3 Uji Koefisien Determinasi	69
4.6 Pembahasan	70

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	72
5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Keterbatasan	73
5.3 Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	: Data Persentase <i>Market Share</i> Perusahaan	4
Tabel 1.2	: Data Penjualan dan Biaya Promosi Tahun 2008-2014	5
Tabel 2.1	: Ringkasan Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1	: Nilai Skala <i>Likert</i>	36
Tabel 4.1	: Responden Menurut Jenis Kelamin	51
Tabel 4.2	: Responden Menurut Usia.....	52
Tabel 4.3	: Frekuensi Responden Terhadap Harga	53
Tabel 4.4	: Frekuensi Responden Terhadap Citra Merek	55
Tabel 4.5	: Frekuensi Responden Terhadap Kualitas Produk	57
Tabel 4.6	: Frekuensi Responden Terhadap Keputusan Pembelian	59
Tabel 4.7	: Hasil Pengujian Validitas.....	62
Tabel 4.8	: Hasil Pengujian Reliabilitas	63
Tabel 4.9	: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	64
Tabel 4.10	: Hasil Uji Multikolinearitas	65
Tabel 4.11	: Hasil Uji t, Uji f dan Koefisien Determinasi.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Proses Keputusan Pembelian	21
Gambar 2.2 : Kerangka Konseptual	25
Gambar 4.1. : Struktur Organisasi	48
Gambar 4.1. : Hasil Pengujian Heterokedastisitas	67
Gambar 4.2 : Hasil Pengujian Normalitas.....	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	: Tabel r
LAMPIRAN 8	: Tabel t
LAMPIRAN 9	: Tabel f