

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* OPPO
PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**



Oleh :

ADITYA PURWO HARYANTO
NBI : 1211900048

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2023

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* OPPO
PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**



Oleh :

Aditya Purwo Haryanto

NBI : 1211900048

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2023

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* OPPO
PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Manajemen**

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Oleh

Aditya Purwo Haryanto

NBI : 1211900048

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2023

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Lengkap : Aditya Purwo Haryanto
NBI : 1211900048
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Oppo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Surabaya, 20 Juni 2023

Mengetahui / Menyetujui

Pembimbing,



Drs. Ec. Istiono, MBA

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

Dipertahankan didepan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada tanggal: 26 Juni 2023.

TIM PENGUJI :

1. Drs. Ec. Istiono, MBA

- Ketua.....

2. Drs. Ec. Sigit Santoso, MM.

- Anggota.....

3. Drs. Ec. M Suyanto, MM

- Anggota.....

Mengesahkan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dekan



Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA

NPP. 20220930319

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini:

1. Nama Lengkap (KTP) : Aditya Purwo Haryanto
2. NBI : 1211900048
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK (KTP) : 3515012810000001
6. Alamat Rumah (KTP) : Ds. Banjarwungu RT. 08 RW. 02 Kec. Tarik
Kab. Sidoarjo

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Oppo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya” adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur dari karya ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis maupun Disertasi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang saya tulis adalah hasil Plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Surabaya, 26 Juni 2023



Aditya Purwo Haryanto



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN

Jl Semolowaru 45 Surabaya
Tlp. 031 593 1800 (ex.311)
Email: perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya mahasiswa :

Nama : Aditya Purwo Haryanto
NBI : 1211900048
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Prograam Studi : Manajemen
Jenis Karya : ~~Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi/Laporan Penelitian/Makalah~~

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right), atas karya saya yang berjudul:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE OPPO PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty- Free Right), Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolahh dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 26 Juni 2023



(Aditya Purwo Haryanto)

KATA PERSEMBAHAN DAN MOTTO

Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua yang selalu tulus memberikan doa dan dukungan selama ini, kepada keluarga besar yang selalu memberikan motivasi dan semangat, serta saya persembahkan skripsi ini kepada Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah: 6)

“Akan selalu ada tantangan didalam hidup, maka kuatkanlah dirimu untuk menjadi yang terbaik”

(Aditya Purwo Haryanto)

KATA PENGANTAR

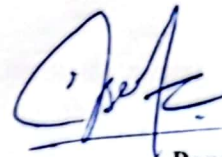
Dengan segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT, dengan limpahan rahmat dan karunia-nya sehingga saya bisa mendapatkan kesempatan untuk melanjutkan pendidikan Program Sarjana Ekonomi dan menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kebanggaan. Saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing saya dalam menempuh pendidikan dan menyelesaikan ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya saya tujukan kepada:

1. Drs. Ec. Istiono, MBA selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan, dan tambahan ilmu serta wawasannya. Saya sangat berterima kasih atas waktu dan kesabaran yang telah diberikan untuk membimbing, mengoreksi, serta memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
2. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI. selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan pendidikan Program Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh proses perkuliahan pada pendidikan Program Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Dr. Ulfi Pristiana, M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang selalu memberikan solusi dan membantu teman-teman mahasiswa ketika mengalami kendala perkuliahan. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
5. Seluruh Staff dan Karyawan Tata Usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah banyak mendukung dan membantu saya dari awal perkuliahan hingga ujian skripsi.
6. Terima kasih kepada kedua orang tua saya, Bapak Suwoto dan Ibu Anik Suharyati yang selalu memberikan doa dan dukungan kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih juga saya ucapkan atas kasih sayang, doa, ridho, dan dukungan yang diberikan selama ini.
7. Terima kasih kepada saudara saya Francisco Dwi A. dan keluarga besar yang selalu memberi semangat, motivasi, doa dan dukungan yang selalu diberikan selama ini untuk segera menyelesaikan skripsi ini.

8. Terima kasih kepada teman dan sahabat yang tidak dapat disebutkan, terutama pada teman-teman perkuliahan pada grup “Ndelodok” dan grup “Jatiee” yang telah membantu dan memberikan semangat dalam mengerjakan hingga skripsi ini terselesaikan.
9. Terima kasih kepada diri saya sendiri Aditya Purwo Haryanto yang mampu menyelesaikan studi S1 Manajemen dengan tepat waktu (4 tahun). Semoga kelulusan ini menjadi awal yang baik bagi masa depan.

Dengan segala kelebihan dan kekurangan yang ada, saya menyadari bahwa masih banyak cacat cela dalam skripsi ini dan saya terbuka menerima saran dan kritik untuk perbaikan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi saya dan para pembaca. Terima kasih

Surabaya, 20 Juni 2023



Penulis

RINGKASAN

Kebutuhan akan *smartphone* pada zaman sekarang adalah hal yang sangat penting. Hal tersebut dikarenakan *smartphone* diperlukan sebagai alat komunikasi dan sebagai alat yang diperlukan untuk pekerjaan ataupun tugas sekolah. Diperlukannya *smartphone* juga sebagai alat komunikasi juga sangat penting, karena banyak sekali informasi-informasi yang disebarakan melalui media sosial yang dapat diakses melalui *smartphone*. Banyaknya jenis *smartphone* yang beredar dipasaran memberikan konsumen pilihan sebelum memutuskan membeli *smartphone* sehingga terpilih satu produk *smartphone* yang menurut mereka baik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk (X1), persepsi harga (X2) dan citra merek (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang menggunakan *smartphone* OPPO. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 100 responden yang didapatkan dengan metode *purposive sampling*. Data yang telah dikumpulkan kemudian diolah menggunakan alat bantu *software* SPSS untuk mendapatkan hasil analisis.

Berdasarkan hasil adjusted R^2 sebesar 0,422 dapat disimpulkan bahwa variabel bebas kualitas produk, persepsi harga dan citra merek dapat mempengaruhi variabel bebas keputusan pembelian sebesar 42,2%. Sedangkan sisanya 57,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian. Hasil uji F (simultan) variabel kualitas produk, persepsi harga dan citra merek secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikan 0,000. Hasil uji t (parsial) kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikan 0,001, persepsi harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikan 0,027 dan variabel citra merek secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikan 0,014.

SUMMARY

The need for a smartphone today is very important. This is because smartphones are needed as a communication tool and as a tool needed for work or school assignments. The need for a smartphone as a communication tool is also very important, because a lot of information is disseminated through social media which can be accessed via a smartphone. The many types of smartphones circulating in the market give consumers choices before deciding to buy a smartphone so that they choose a smartphone product that they think is good. This study aims to determine the effect of product quality (X1), price perception (X2) and brand image (X3) on purchasing decisions (Y) in students of the Faculty of Economics and Business, University 17 Agustus 1945 Surabaya. The population of this study were students of the Faculty of Economics and Business, University of 17 August 1945 Surabaya who used OPPO smartphones. The number of samples in this study were 100 respondents obtained by purposive sampling method. The data that has been collected is then processed using the SPSS software tool to get the analysis results.

Based on the results of adjusted R² of 0.422, it can be concluded that the independent variables of product quality, perceived price and brand image can influence the independent variable of the purchase decision by 42.2%. While the remaining 57.8% is influenced by other variables outside the research model. The results of the F test (simultaneous) variable product quality, price perception and brand image together have a significant effect on purchasing decisions with a significant value of 0.000. The results of the t-test (partial) product quality partially have a significant effect on purchase decisions with a significant value of 0.001, price perceptions partially have a significant effect on purchasing decisions with a significant value of 0.027 and brand image variable partially has a significant effect on purchasing decisions with a significant value of 0.014.

ABSTRAK

Pada era globalisasi seperti saat ini kebutuhan akan *smartphone* sangatlah tinggi. kebutuhan ini tidak hanya untuk komunikasi jarak jauh, namun juga sebagai kebutuhan hiburan manusia. Kebutuhan masyarakat akan *smartphone* yang tinggi membuat para produsen *smartphone* bersaing untuk meluncurkan berbagai merek *smartphone* beserta dengan fitur-fitur yang canggih dengan harga yang bervariasi. Dengan banyaknya pilihan merek-merek *smartphone*, membuat konsumen selalu mempunyai banyak pilihan sebelum memutuskan membeli *smartphone* baik pilihan dari kualitas, persepsi harganya, hingga mereknya yang sudah dipercaya.

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan hasil dari pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian *smartphone* OPPO. Penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *Purposive Sampling* dengan sampel sebanyak 100 responden. Kemudian data dari responden diolah menggunakan *software* SPSS. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang menggunakan *smartphone* OPPO.

Hasil pengolahan data mendapatkan hasil pada uji koefisien determinasi (adjusted R^2) sebesar (0,422) dapat disimpulkan bahwa variabel bebas kualitas produk, persepsi harga dan citra merek dapat mempengaruhi variabel bebas keputusan pembelian sebesar 42,2%. Sedangkan sisanya 57,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian. Hasil pada uji F (simultan) pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan citra merek secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikan ($0,000 < 0,05$). Hasil pada uji t (parsial) kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikan ($0,001 < 0,05$), persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikan ($0,027 < 0,05$) dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikan ($0,014 < 0,05$). Berdasarkan hasil dari uji t dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk, persepsi harga dan citra merek secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

In the current era of globalization, the need for smartphones is very high. this need is not only for long-distance communication, but also as human entertainment needs. The high demand for smartphones has forced smartphone manufacturers to compete to launch various smartphone brands with sophisticated features at various prices. With so many choices of smartphone brands, consumers always have many choices before deciding to buy a smartphone, both in terms of quality, perceived price, and trusted brands.

This study aims to obtain results from the influence of product quality, perceived price and brand image on OPPO smartphone purchasing decisions. Determination of the sample in this study using purposive sampling method with a sample of 100 respondents. Then the data from the respondents were processed using SPSS software. The sample used in this study was students of the Faculty of Economics and Business, University 17 Agustus 1945 Surabaya who used OPPO smartphones.

The results of data processing get results on the coefficient of determination test (adjusted R²) of (0.422). It can be concluded that the independent variables of product quality, price perception and brand image can influence the independent variable of purchasing decisions by 42.2%. While the remaining 57.8% is influenced by other variables outside the research model. The results on the F test (simultaneous) influence product quality, price perception and brand image together have a significant effect on purchasing decisions with a significant value ($0.000 < 0.05$). The results of the t-test (partial) product quality have a significant effect on purchasing decisions with a significant value ($0.001 < 0.05$), price perceptions have a significant effect on purchasing decisions with a significant value ($0.027 < 0.05$) and brand image has a significant effect on purchasing decisions with a significant value ($0.014 < 0.05$). Based on the results of the t test, it can be concluded that the variables of product quality, perceived price and brand image partially influence purchasing decisions.

Keywords: *Product Quality, Perceived Price, Brand image, Purchase Decision.*

DAFTAR ISI

COVER LUAR	i
COVER DALAM	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iv
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT.....	v
KATA PERSEMBAHAN DAN MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
RINGKASAN	ix
<i>SUMMARY</i>	x
ABSTRAK	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Manajemen.....	7
2.1.2 Pemasaran	7
2.1.3 Manajemen Pemasaran	8
2.1.4 Perilaku Konsumen.....	8

2.1.5 Keputusan Pembelian.....	8
2.1.6 Kualitas Produk.....	12
2.1.7 Persepsi Harga.....	15
2.1.8 Citra Merek	19
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Hubungan Antar Variabel Penelitian	24
2.3.1 Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	24
2.3.2 Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	24
2.3.3 Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	24
2.4 Kerangka Konseptual.....	25
2.5 Hipotesis.....	25
2.5.1 Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.5.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	26
2.5.3 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	26
2.5.4 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	27
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Desain Penelitian.....	29
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	29
3.2.1 Lokasi Penelitian.....	29
3.2.2 Waktu Penelitian	29
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	29
3.3.1 Jenis Data	29
3.3.2 Sumber Data.....	29
3.4 Populasi dan Sampel	30
3.4.1 Populasi Penelitian.....	30
3.4.2 Sampel Penelitian.....	30
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.6 Definisi Variabel dan Definisi Operasional Variabel	31

3.6.1 Definisi Variabel.....	31
3.6.2 Definisi Operasional Variabel.....	32
3.7 Proses Pengolahan Data.....	33
3.8 Metode Analisis Data.....	34
3.8.1 Uji Instrumen	34
3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	35
3.8.3 Teknik Pengujian Hipotesis	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Gambaran Umum.....	39
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	39
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	39
4.1.3 Logo Perusahaan.....	40
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	40
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	40
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	41
4.3.1 Analisa Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	43
4.3.2 Analisa Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X1).....	44
4.3.3 Analisa Deskriptif Variabel Persepsi Harga (X2).....	45
4.3.4 Analisa Deskriptif Variabel Citra Merek (X3)	46
4.4 Metode Analisis Data.....	46
4.4.1 Uji Instrumen	46
4.4.2 Uji Asumsi Klasik.....	48
4.4.3 Teknik Pengujian Hipotesis	52
4.5 Pembahasan.....	55
4.5.1 Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	55
4.5.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	56
4.5.3 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	57
4.5.4 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	58

4.6 Implikasi Penelitian.....	58
4.7 Keterbatasan Penelitian.....	59
BAB V KESIMPULAN.....	61
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	25
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan.....	40

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Pengambilan Keputusan Durbin-Watson.....	36
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden.....	40
Tabel 4. 2 Program Studi Responden.....	41
Tabel 4. 3 Deskripsi Berdasarkan Waktu Penggunaan.....	41
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi.....	42
Tabel 4. 5 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	43
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X1).....	44
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Harga (X2).....	45
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif Variabel Citra merek (X3).....	46
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas.....	46
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas.....	48
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas Data.....	49
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	49
Tabel 4. 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	51
Tabel 4. 14 Hasil Uji Autokorelasi.....	52
Tabel 4. 15 Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	52
Tabel 4. 16 Hasil uji hipotesis simultan (uji F).....	53
Tabel 4. 17 Hasil Uji Hipotesis Parsial (uji t).....	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kartu Bimbingan Skripsi.....	67
Lampiran 2 Kuisisioner	68
Lampiran 3 Tabulasi Data.....	72
Lampiran 4 Uji Validitas.....	84
Lampiran 5 Uji Reliabilitas.....	92
Lampiran 6 Uji Normalitas	93
Lampiran 7 Uji Multikolinearitas	95
Lampiran 8 Uji Heteroskedastisitas	97
Lampiran 9 Uji Autokorelasi	98
Lampiran 10 Uji Regresi Linear Berganda.....	98
Lampiran 11 Hasil Turnitin.....	100