

SKRIPSI

PENGARUH PERSEPSI HARGA, *BRAND IMAGE*, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI DOMINION STORE SURABAYA



Oleh :

DOOHAN ABI HARDINATA
NBI : 1211600108

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2020

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, *BRAND IMAGE*, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI
DOMINION STORE SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh:

DOOHAN ABI HARDINATA

NBI : 1211600108

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

2020

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Lengkap : Doohan Abi Hardinata
NBI : 1211600108
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH PERSEPSI HARGA, *BRAND IMAGE* DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN DI DOMINION STORE SURABAYA

Surabaya, 29 Juni 2020
Mengetahui/Menyetujui
Pembimbing,



Drs. Ec. Sigit Santoso, MM

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal : **11 Juli 2020**

TIM PENGUJI :

TANDA TANGAN

1. Drs.Ec. Istiono, MBA

- Ketua



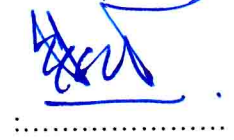
2. Drs.Ec. Sigit Santoso, MM

- Anggota



3. Dra.Ec. Erma Yuliaty, MM

- Anggota



Mengesahkan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dekan,



Dr.H. Slamet Riyadi, M.si., Ak., CA

NPP. 20220.93.

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap (KTP) : Doohan Abi Hardinata (L)
2. NBI : 1211600108
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK (KTP) : 35780615602980002
6. Alamat Rumah (KTP) : Pakis gunung 2A nomor 21

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :

PENGARUH PERSEPSI HARGA, *BRAND IMAGE*, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI DOMINION STORE SURABAYA

Adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis maupun Disertasi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika kemudian 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 Fak. Ekonomi dan Bisnis Untag Surabaya.

Surabaya, 14 Juli 2020

Yang Membuat,



Doohan Abi Hardinata



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

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Doohan Abi Hardinata
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

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

PENGARUH PERSEPSI HARGA, BRAND IMAGE, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI DOMINION STORE SURABAYA

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

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 31 Agustus 2020

Yang Menyatakan



KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga saya diberikan kesempatan untuk melanjutkan pendidikan Program Sarjana Ekonomi dan menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Persepsi Harga, Brand Image dan Promosi terhadap keputusan pembelian konsumen di Dominion Store Surabaya”.

Penulisan skripsi ini dilakukan guna untuk memenuhi syarat menyelesaikan program pendidikan strata satu jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu saya dalam menempuh pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya saya tujukan kepada :

1. Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, kelancaran serta kemudahan dalam semua proses ini.
2. Kedua orang tua saya ayah dan ibu saya yang selalu mensupport mendoakan dan memberi motivasi.
3. Bapak Drs. Ec. Sigit Santoso, MM selaku pembimbing saya yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan dan tambahan ilmu serta wawasannya. Saya berterimakasih banyak telah memberikan waktunya untuk membimbing saya mulai dari mengoreksi serta memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini. Terimakasih juga saya karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya
4. Untuk sahabat saya yang sudah saya anggap sebagai keluarga di pekerjaan ngumbuh shoes yaitu Putu dan Habib terimakasih banyak telah menyupport dan memotivasi untuk segera menyelesaikan skripsi saya.
5. Sahabat saya yaitu Egin, Yogi, Ira, Zaka dan Ipung yang selalu memberikan semangat, motivasi, arahan dan selalu sabar menendengarkan keluh kesah saya.
6. Teman – teman seperjuangan dalam mengerjakan skripsi Ipung, Abid, Alfred, Ade yang selalu kompak untuk memotivasi dan menyemangati.
7. Untuk sahabat sahabat wong sakti Tio, Pipin, Mirza, Wendy, Hendry dan kawan kawan lainnya yang telah memberi saya semangat dan menghibur saya.
8. Untuk seluruh jajaran dari Dominion Store Surabaya yang telah mengijinkan saya untuk melakukan penelitian ini.
9. Seluruh responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kusioner saya.

10. Seluruh pihak yang terlibat yang tidak bisa saya sebutkan semuanya yang selalu memberikan semangat serta mendukung demi kelancaran saya.

Masih banyak cacat cela dalam Skripsi ini dan saya terbuka menerima saran dan kritik untuk perbaikan. Motto saya adalah “Jangan pernah lelah untuk mencoba apapun usahamu karena lelahmu akan berbuah hasil yang indah ,serta menuju puncak kesuksesan” Orang yang menyerah bukanlah orang yang lemah tetapi ia belum mencoba untuk bangkit kembali dan menunjukkan kesuksesannya. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi saya dan para pembaca. Terima kasih.

Surabaya, 14 Juli 2020

Doohan Abi Hardinata

ABSTRAK

PENGARUH PERSEPSI HARGA, *BRAND IMAGE* DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI DOMINION STORE SURABAYA

Persaingan semakin banyak terjadi dibidang bisnis terutama dibidang bisnis retail clothing yang membuat para perusahaan dan pembisnis harus bisa memperhatikan apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian. Maka dari itu perusahaan maupun seorang pembisnis dituntut harus bisa berpikir kreatif tentang bagaimana melakukan promosi yang baik dan bagus agar tersampaikan ke konsumen serta memiliki citra yang baik di benak konsumen dengan memprtimbangan harga yang mampu bersaing dengan yang lain dibidang retail clothing ini. Penelitian ini mencoba untuk menjelaskan pengaruh persepsi harga, *brand image* dan promosi terhadap keputusan pembelian di Dominion Store Surabaya yang berlokasi di jalan Pucang Adi 145 Kec.Gubeng Kota Surabaya.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi harga, *brand image* dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen di Dominion Store Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan penelitian survei menggunakan kusioner sebagai instrumennya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang telah berbelanja di Dominion Store Surabaya. Sampel pada penelitian ini mengunakan teknik metode accidental sampling berjumlah 100 responden karena jumlah sample pada penelitian ini tidak diketahui. Teknik analisa data yang digunakan yaitu menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan program SPSS (*statistical program for social science*). Sedangkan uji yang digunakan Uji Validitas dan Reliabilitas, Uji Kofisien Determinasi serta Uji Hipotesis secacara parsial maupun secara bersama-sama (simultan).

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa semua variabel independen yaitu persepsi harga, *brand image* dan promosi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Hasil uji kofisien determinasi pada penelitian ini yaitu memiliki nilai R^2 sebesar 0.597 menunjukkan bahwa pengaruh dari persepsi harga, *brand image* dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen sebesar 59,7% sedangkan sisanya sebesar 40,3% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian.

Kata kunci : persepsi harga, brand image,promosi dan keputusan pembelian.

ABSTRACT

THE EFFECT OF PRICE, BRAND IMAGE AND PROMOTION PERCEPTIONS ON CONSUMER PURCHASING DECISIONS IN DOMINION STORE SURABAYA

Competition is increasingly happening in the business sector, especially in the field of retail clothing business, which makes companies and business people must be able to pay attention to anything that influences consumer decisions to make a purchase. Therefore the company and a businessman are required to be able to think creatively about how to do a good and good promotion so that it is conveyed to consumers and has a good image in the minds of consumers by considering prices that can compete with others in the field of retail clothing. This study tries to explain the effect of price perception, brand image and promotion on purchasing decisions at Dominion Store Surabaya, located on Jalan Pucang Adi 145 Kec. Gubeng, Surabaya.

This study aims to analyze the effect of price perception, brand image and promotion on consumer purchasing decisions at Dominion Store Surabaya. This study uses quantitative methods with survey research using questionnaires as instruments. The population in this study are all consumers who have shopped at Dominion Store Surabaya. The sample in this study employs 100 respondents in the residential sampling method because the number of samples in this study is unknown. The data analysis technique used is multiple regression analysis with the help of the SPSS (statistical program for social science) program. While the test used is Validity and Reliability Test, Determination Coefficient Test and Hypothesis Test partially or simultaneously (simultaneously).

The results of this study state that all independent variables namely price perception, brand image and promotion have a positive and significant influence on the dependent variable, namely purchasing decisions. The result of the coefficient of determination test in this study which has an R² value of 0.597 shows that the effect of price perception, brand image and promotion on consumer purchasing decisions is 59.7% while the remaining 40.3% is influenced by other factors outside the study..

Keywords: *price perception, brand image, promotion and purchasing decisions*

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi harga, *brand image* dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen di Dominion Store Surabaya. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan penelitian survey menggunakan kusioner sebagai instrumennya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang telah berbelanja di Dominion Store Surabaya. Karena jumlah populasi tidak diketahui jumlahnya maka digunakan pengambilan teknik accidental sampling sebanyak 100 orang konsumen. Sedangkan analisis datanya menggunakan analisis data linier berganda dengan menggunakan bantuan SPSS (statistical program for social science). Sedangkan uji yang digunakan yaitu menggunakan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas, Uji Kofisien Determinasi serta Uji Hipotesis.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa semua variabel independen yaitu persepsi harga, brand image dan promosi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Hasil uji kofisien determinasi pada penelitian ini yaitu memiliki nilai R^2 sebesar 0.597 menunjukkan bahwa pengaruh dari persepsi harga, brand image dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen sebesar 59,7% sedangkan sisanya sebesar 40,3% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian.

DAFTAR ISI

COVER	
HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	iv
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT.....	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	x
RINGKASAN	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Pengertian pemasaran.....	7
2.1.2 Bauran Pemasaran	7
2.1.3 Targeting	8
2.1.4 Persepsi Harga.....	8
2.1.5 Brand Image (Citra Merk).....	9
2.1.6 Promosi	11
2.2 Penelitian Terdahulu.....	14
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	15
2.3.1 Hubungan Persepsi Harga dengan Keputusan Pembelian konsumen....	15
2.3.2 Hubungan Brand Image dengan Keputusan Pembelian	16
2.3.3 Hubungan Promosi dengan Keputusan Pembelian	16
2.4 Kerangka Konseptual	17
2.5 Hipotesis.....	18

BAB III METODE PENELITIAN	19
3.1 Desain Penelitian	19
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	19
3.3 Jenis dan Sumber Data	19
3.4 Populasi dan Sample.....	19
3.5 Teknik Pengumpulan Data	20
3.6 Devinisi Variabel dan Devinisi Operasional.....	21
3.7 Proses Pengolahan Data.....	24
3.8 Metode Analisa Data dan Analisis Data	24
3.8.1 Metode analisa Data	24
3.8.2 Teknik Analisis Data	24
3.9 Teknik Pengujian Hipotesis.....	26
3.9.1 Pengujian Hipotesis	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	27
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	27
4.1.1 Visi.....	27
4.1.2 Misi	27
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	28
4.2.1 Analisis Deskriptif Karakteristik Responden.....	28
4.2.2 Deskripsi Hasil Jawaban Responden	30
4.3 Uji Validitas dan Reabilitas	33
4.3.1 Uji Validitas	33
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	34
4.4 Analisis Data	35
4.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda	35
4.4.2 Kofisien Determinasi (R^2).....	36
4.5 Pengujian Hipotesis	37
4.5.1 Uji F (Secara Simultan).....	37
4.5.2 Uji t (Secara Parsial).....	37
4.6 Pembahasan Hasil Temuan Penelitian	39
4.6.1 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Dominion Store Surabaya.....	39
4.6.2 Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Di Dominion Store Surabaya.....	40
4.6.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Dominion Store Surabaya.....	40
4.6.4 Pengaruh Persepsi Harga, Brand Image dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Dominion Store Surabaya	40

4.7 Implikasi Penelitian	41
4.8 Keterbatasan Penelitian	41
BAB V PENUTUP	43
5.1 Simpulan	43
5.2 Saran.....	43
DAFTAR PUSTAKA	45
LAMPIRAN.....	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	17
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Perusahaan	28

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1	Skala Likert.....	21
Tabel 4. 1	Jenis Kelamin Responden	29
Tabel 4. 2	Usia Responden	29
Tabel 4. 3	Pendapatan Responden	30
Tabel 4. 4	Interval Kelas	31
Tabel 4. 5	Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Persepsi Harga (X1) ..	31
Tabel 4. 6	Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Brand Image (X2).....	32
Tabel 4. 7	Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Promosi (X3).....	32
Tabel 4. 8	Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	33
Tabel 4. 9	Uji Validitas.....	34
Tabel 4. 10	Uji Reliabilitas	35
Tabel 4. 11	Regresi Linier Berganda	35
Tabel 4. 12	Hasil Kofisien Determinasi	36
Tabel 4. 13	Hasil Uji F.....	37
Tabel 4. 14	Hasil Uji T	38
Tabel 4. 15	T Hitung dan t Table	38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kusioner.....	47
Lampiran 2 Tabulasi Identitas Responden.....	51
Lampiran 3 Tabulasi Data Jawaban Responden	54
Lampiran 4 Hasil Validitas dan Reliabilitas	66
Lampiran 5 Hasil Uji Analisis Linier Berganda	70
Lampiran 6 Hasil Uji Parsial (Uji t)	70
Lampiran 7 Surat Ijin Riset	72
Lampiran 8 Kartu Bimbingan Skripsi	73
Lampiran 9 Hasil Turnitin.....	74