

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PERSEPSIAN, DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(STUDI PADA PEMBELI DAN PENGGUNA SEPATU VANS DI  
YOGYAKARTA)**

*The Effect Of Price Perception, Perception Quality, And Brand Image  
On Purchase Decisions  
(Study of Vans Shoes Users and Buyers in Yogyakarta)*

**SKRIPSI**

Disusun Guna memenuhi Persyaratan Mencapai Gelar Sarjana Pada  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Dosen Pembimbing : Hasnah Rimyati, Dra, M.Si



Oleh :  
Ammarul Fajar Usman Ibnu Saputra  
20160410001

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMADIYAH YOGYAKARTA  
2019**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Ammarul Fajar Usman Ibnu Saputra

Nomor Mahasiswa : 20160410001

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : **“PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PERSEPSIAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (studi pada pembeli dan pengguna sepatu vans di Yogyakarta)”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 30 Desember 2019



Ammarul Fajar Usman I S

## MOTTO

*“Allah akan meninggikan orang – orang yang beriman di antaramu dan orang – orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat”. (QS. Al Mujadalah : 11)*

*“Sesungguhnya Allah tidak akan merubah keadaan suatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri”. (QS. Ar Ra’d : 11)*

*“Jika ingin bahagia, jangan jadi karyawan”. (Bob Sadino)*

*“Jangan mengeluh, biarkan orang lain mengeluh. Karena peluang muncul ketika orang lain mengeluh”. (Jack Ma)*

*“Setiap pengalaman yang tidak dinilai baik oleh dirinya sendiri ataupun orang lain akan tinggal menjadi sesobek kertas dari buku hidup yang tidak punya makna. Padahal setiap pengalaman tak lain daripada fondasi kehidupan.” (Pramoedya Ananta)*

*“Pengalaman adalah satu-satunya sumber pengetahuan.” (Albert Einstein)*

*“Mulailah dari tempatmu berada. Gunakan yang kau punya. Dan Lakukan yang kau bisa.” (Arthur Ashe)*

*“Tetap jadi diri sendiri di dunia yang tanpa henti hentinya berusaha mengubahmu adalah pencapaian yang terhebat.” (Ralph Waldo Emerson)*

## **PERSEMBAHAN**

Dengan ini saya persembahkan skripsi ini untuk :

1. Ayahku Ngusman dan ibuku Sri Ngatmini tercinta yang selalu mendoakan, memberi semangat, dan motivasinya dalam proses penyelesaian skripsi ini.

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Pengaruh Perspsi Harga, Kualitas Persepsian, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian pada pembeli dan pengguna sepatu merek Vans**”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat menambah pengetahuan terkait persepsi harga, kualitas persepsian, dan citra merek konsumen terhadap keputusan pembelian produk sepatu merek Vans di Yogyakarta. Penyelesain skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang setulus – tulusnya kepada :

1. Bapak Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Terima kasih untuk selalu menghadirkan suasana lingkungan kampus yang nyaman dan semakin baik dari waktu ke waktu.
2. Ibu Retno Widowati Purnama Asri, M.Si., Ph.D selaku Kepala Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Hasnah Rimyati, Dra, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah berkenan membagikan ilmu, pengalaman, dan nasehatnya kepada penulis, selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen serta Staff Program Studi Manajemen, yang telah memberikan kemudahan dan ilmu pengetahuan selama penulis menuntut ilmu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
5. Ayah dan Ibu yang senantiasa memberikan dorongan, motivasi dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi.

6. Semua Pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Sebagai kata akhir, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran, dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk kedalaman karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta,

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>INTISARI .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Penelitian .....	10
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat Penelitian .....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Landasan Teori.....	13
B. Penelitian Terdahulu .....	23
C. Penurunan Hipotesis .....	30
D. Model Penelitian .....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Objek dan Subjek Penelitian .....	35
B. Jenis Penelitian.....	35
C. Teknik Pengambilan Sampel .....	35
D. Teknik Pengumpulan Data.....	36
E. Definisi Operasional Variabel .....	37

F. Uji Instrumen .....	39
G. Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	40
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum.....	43
B. Uji Kualitas Instrumen dan Data.....	46
C. Hasil Penelitian .....	49
D. Pembahasan.....	54
<b>BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN</b>	
A. Simpulan .....	62
B. Keterbatasan Penelitian.....	62
C. Saran .....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>64</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>67</b>



## DAFTAR TABEL

1.1 12 Brand Besar di Dunia Tahun 2018.....	6
1.2 Top Brand 2016 .....	8
2.1 Penelitian Terdahulu .....	21
3.1 Skala Likert .....	35
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	36
4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	43
4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	43
4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	44
4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian .....	45
4.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian .....	47
4.6 Uji Regresi Linear Berganda.....	48
4.7 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis .....	51

## **DAFTAR GAMBAR**

2.1 Model Penelitian .....	32
----------------------------	----

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	64
Lampiran 2 Hasil Kuesioner .....	69
Lampiran 3 Karakteristik Responden.....	75
Lampiran 4 Hasil Uji Kualitas Instrumen .....	76
Lampiran 5 Uji Deskriptif.....	80
Lampiran 6 Pre Test .....	85