

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN PERSEPSI  
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAIN  
BATIK DI HAMZAH BATIK YOGYAKARTA**

*THE EFFECT OF BRAND IMAGE, PRICE PERCEPTION, AND PRODUCT  
QUALITY PERCEPTION ON BATIK FABRIC PURCHASE DECISIONS AT  
HAMZAH BATIK YOGYAKARTA*



**Disusun Oleh:**

**SRI WULANDARI**

**20180410159**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2022**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Sri Wulandari

Nomor Mahasiswa : 20180410159

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi ini dengan judul: "**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN PERSEPSI KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAIN BATIK DI HAMZAH BATIK YOGYAKARTA**" yang saya tulis benar-benar tulisan saya, kecuali kutipan atau ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Yogyakarta, 7 Juli 2022

A yellow 10,000 Rupiah stamp is placed over the signature. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'REPUBLIK INDONESIA', '10000', 'METERAI TEMPEL', and the serial number 'BACFAJX835592210'. The signature 'Sri Wulandari' is written in black ink across the stamp.

Sri Wulandari

## **PERSEMBAHAN**

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, rahmat dan segala sesuatu yang telah diberikan kepada penulis dan keluarga serta kerabat lainnya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi. Dengan kerendahan hati, penulis persembahkan skripsi ini kepada:

1. Keluarga tercinta dari penulis, yaitu Ayahanda Raden Untung Triyana, Ibunda Lisda Neni Suningsih, dan kakak penulis Agung Kurniawan dan Adik Putra Fitriyana. Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas doa, dukungan, dorongan dan motivasinya sehingga semua ini dapat tercapai.
2. Sahabat peneliti yaitu Fauzan Ramadhandhy, Fatimah Qusnul dan Lochananda yang selalu menemani hari-hari saya dalam menyelesaikan skripsi dan selalu mendukung saya di setiap kondisi apapun.
3. Terimakasih juga untuk Mayang, Delvi dan Alfiya yang sudah mau direpotkan ketika saya meminta bantuan mengenai penjelasan atau bertanya mengenai skripsi.
4. Seluruh pihak yang telah memberi semangat, dukungan serta doa kepada saya sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini.

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Batik Pada Hamzah Batik Yogyakarta”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada program sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Rizal Yaya, SE, M.Sc., M.Si., Ph.D., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memimpin fakultas tempat penulis menuntut ilmu.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, SE., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memimpin prodi tempat penulis menuntut ilmu.
3. Ibu Dra. Hasnah Rimiati, M.Si. selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian skripsi ini.
4. Semua pihak yang telah memberikan doa, dukungan semangat serta bantuan, dalam proses penyelesaian skripsi.

Sebagai kata akhir, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran dan pengembangan peneliti selanjutnya sangat diperlukan.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 7 Juli 2022

Sri Wulandari

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Landasan Teori.....	7
1. Keputusan Pembelian.....	7
2. Citra Merek.....	7
3. Persepsi Harga.....	9
4. Persepsi Kualitas Produk.....	10
B. Penurunan Hipotesis.....	18
C. Model Penelitian.....	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	25

<b>A. Subjek dan Objek Penelitian.....</b>	<b>25</b>
<b>B. Jenis dan Sumber Data .....</b>	<b>25</b>
<b>C. Teknik Pengambilan Sampel .....</b>	<b>25</b>
<b>D. Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>26</b>
<b>E. Definisi Operasional Variabel Penelitian .....</b>	<b>27</b>
<b>F. Uji Kualitas Instrumen .....</b>	<b>28</b>
1. Uji Validitas .....	28
2. Uji Reliabilitas .....	29
<b>G. Analisis Data dan Uji Hipotesis .....</b>	<b>30</b>
1. Analisis Data .....	30
2. Uji Hipotesis.....	31
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>33</b>
<b>A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian .....</b>	<b>33</b>
1. Gambaran Objek Penelitian .....	33
<b>B. Profile Responden. ....</b>	<b>34</b>
<b>C. Karakteristik Responden.....</b>	<b>34</b>
<b>D. Uji Kualitas Instrumen .....</b>	<b>35</b>
1. Uji Validitas .....	35
2. Uji Reliabilitas .....	36
<b>E. Analisa Data dan Uji Hipotesis .....</b>	<b>37</b>
1. Statistik Deskriptif .....	37
2. Analisis Regresi Linier Berganda .....	41
3. Uji F .....	43
4. Uji Parsial (Uji- <i>t</i> ) .....	44
5. Koefisien Determinasi .....	45
<b>F. Pembahasan .....</b>	<b>46</b>
1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen .....	47
2. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen .....	47

<b>3. Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan     Pembelian Konsumen .....</b>	<b>48</b>
<b>BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN .....</b>	<b>46</b>
<b>A. Simpulan .....</b>	<b>46</b>
<b>B. Saran.....</b>	<b>46</b>
<b>C. Keterbatasan Penelitian.....</b>	<b>47</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>48</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>52</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>12</b>
<b>Tabel 3.1 Indikator Variabel Penelitian.....</b>	<b>27</b>
<b>Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....</b>	<b>34</b>
<b>Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas .....</b>	<b>35</b>
<b>Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas .....</b>	<b>37</b>
<b>Tabel 4.4 Interpretasi Kelas Interval .....</b>	<b>38</b>
<b>Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek .....</b>	<b>38</b>
<b>Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Harga .....</b>	<b>39</b>
<b>Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Kualitas Produk .....</b>	<b>40</b>
<b>Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....</b>	<b>41</b>
<b>Tabel 4.9 Analisis Regresi Linier Berganda .....</b>	<b>42</b>
<b>Tabel 4.10 Hasil Uji F .....</b>	<b>43</b>
<b>Tabel 4.11 Hasil Uji Parsial (Uji-t).....</b>	<b>44</b>
<b>Tabel 4.12 Hasil Koefisien Determinasi .....</b>	<b>45</b>
<b>Tabel 4.13 Hasil Ringkasan Hipotesis .....</b>	<b>46</b>



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1 List Rekomendasi Tempat Belanja Batik di Jogja .....</b>	<b>2</b>
<b>Gambar 1.2 Rating Toko Batik di Jogja.....</b>	<b>3</b>
<b>Gambar 2.1 Model Penelitian .....</b>	<b>21</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

<i>Lampiran 1 Kuesioner</i> .....	52
<b>Lampiran 2 Jawaban Kuesioner</b> .....	48
<i>Lampiran 3 Uji Kualitas Instrumen</i> .....	48
<b>Lampiran 4 Uji Statistik Deskriptif</b> .....	52
<b>Lampiran 5 Regresi Linier Berganda, Uji Parsial T</b> .....	52
<b>Lampiran 6 Uji F</b> .....	53
<b>Lampiran 7 Uji Determinasi</b> .....	53
<b>Lampiran 8 Hasil Turnitin</b> .....	54