

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK, PERSEPSI
HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI DAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPATU CARVIL
(Studi pada Konsumen Sepatu Carvil di Daerah Istimewa Yogyakarta)**

*ANALYSIS THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY PERCEPTIONS,
PRICE PERCEPTIONS, AND BRAND IMAGE ON BUYING INTEREST
AND PURCHASE DECISIONS OF CARVIL SHOES PRODUCTS
(Study on Carvil Shoes Consumers in the Special Region of Yogyakarta)*



Oleh:

PUTIKASARI

20180410245

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2021

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK, PERSEPSI
HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI DAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPATU CARVIL
(Studi pada Konsumen Sepatu Carvil di Daerah Istimewa Yogyakarta)**

***ANALYSIS THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY PERCEPTIONS,
PRICE PERCEPTIONS, AND BRAND IMAGE ON BUYING INTEREST
AND PURCHASE DECISIONS OF CARVIL SHOES PRODUCTS
(Study on Carvil Shoes Consumers in the Special Region of Yogyakarta)***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh:

PUTIKASARI

20180410245

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2021

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Putikasari

Nomor Mahasiswa : 20180410245

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Produk Sepatu Carvil” (Studi pada konsumen Sepatu Carvil di Daerah Istimewa 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 2021



MOTTO

“Bekerjalah Sampai Uang Yang Bekerja Untuk Kita”

“Usaha Tidak Pernah Menghianati Hasil”

“Jangan Pernah Takut Berbuat Baik Kepada Siapapun, Karena Kebaikan Yang Kamu Lakukan Sebenarnya Untuk Dirimu Sendiri”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya sehingga karya ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada suri tauladan kita Baginda Rasulullah Muhammad SAW.

Terirring rasa syukur yang sebesar-besarnya, dengan segala rasa cinta dan kasih sayang serta pengorbanan yang tiada hentinya, saya persembahkan karya ini untuk orang-orang tercinta di sepanjang perjalanan hidup saya:

1. Ibunda tercinta Siti Mahmudah
2. Bapak yang sudah di surga-Nya Allah SWT Alm.Bpk. Agus Budiono
3. Bapak sambung saya yang begitu hebat Bpk. Nasim
4. Sahabat terbaik saya Septiana Dea Lestari dan Ely Elystyanti
5. Kakak tingkat saya Maya Widyasari

Teruntuk saudara, sahabat dan teman-teman seperjuangan Almamaterku tercinta Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah Subhanahu wa Ta'ala, yang tanpa henti mencurahkan segala berkat, rahmat dan bimbingannya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Produk Sepatu Carvil” (Studi pada Konsumen Sepatu Carvil di Daerah Istimewa Yogyakarta)”.

Adapun penelitian ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik penelitian ini dengan tujuan agar mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan masyarakat Yogyakarta dalam membeli sepatu merek Carvil.

Tentunya banyak dorongan dan partisipasi dari pihak-pihak yang selalu membimbing dan mendukung terlaksananya skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya 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 Hasnah Rimiati, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah sabar membimbing, mengarahkan, dan membagikan ilmunya kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi ini.
4. Ayah dan Ibu serta keluarga yang senantiasa memberikan doa dan dukungan dalam mengerjakan skripsi.
5. Semua pihak yang telah mendukung dan membantu dalam pengerjaan skripsi ini.

Demikian ucapan terima kasih yang dapat kami sampaikan, mohon maaf jika ada kekurangan dalam penyusunan kata, kalimat dan sistematisasi dalam pembahasan skripsi ini. Segala saran dan kritik sangat dibutuhkan untuk perbaikan dan pengembangan penelitian selanjutnya. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan tambahan manfaat dan informasi bagi pembaca. Semoga pihak yang telah membantu dalam pencarian ini dapat dibalas dengan kebaikan yang melimpah. Amin ya Rabbal'alamin.

Yogyakarta, 06 Desember 2021



Putikasari

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
INTISARI	Error! Bookmark not defined.
ABSTRACT.....	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Landasan Teori.....	9
1. Green Theory	9
2. Persepsi Kualitas Produk	10
3. Persepsi Harga.....	10

4. Citra Merek	11
5. Minat Beli	12
6. Keputusan Pembelian.....	13
B. Hasil Penelitian Terdahulu	14
C. Pengembangan Hipotesis.....	28
D. Model Penelitian	34
BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Objek dan Subjek Penelitian	36
B. Jenis Data	36
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	37
D. Teknik Pengumpulan Data	38
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	39
F. Uji Kualitas Instrumen Penelitian.....	41
G. Analisis Data dan Uji Hipotesis	42
1. Pengembangan model dengan basis teori.	43
2. Penyusunan diagram jalur.	43
3. Konversi diagram jalur ke dalam persamaan struktural.....	44
4. Pemilihan matriks input.	44
5. Penilaian identifikasi model.....	45
6. Pengevaluasian estimasi model.....	45
7. Penginterpretasian dan modifikasi model.	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian	48
1. Objek Penelitian	48
2. Subjek Penelitian.....	50
B. Uji Kualitas Instrumen	55
1. Uji Validitas	56
2. Uji Reliabilitas	57
3. Statistika Deskriptif.....	58

4. Hasil Penelitian	62
C. Hasil Pengujian Hipotesis	74
1. Pengujian Hipotesis 1 (H1)	76
2. Pengujian Hipotesis 2 (H2)	77
3. Pengujian Hipotesis 3 (H3)	77
4. Pengujian Hipotesis 4 (H4)	78
5. Pengujian Hipotesis 5 (H5)	78
6. Pengujian Hipotesis 6 (H6)	78
7. Pengujian Hipotesis (H7)	79
D. Pembahasan	79
1. Pengaruh persepsi kualitas produk terhadap minat beli	79
2. Pengaruh persepsi kualitas produk terhadap keputusan pembelian	80
3. Pengaruh persepsi harga terhadap minat beli	81
4. Pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian	81
5. Pengaruh citra merek terhadap minat beli	82
6. Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian	83
7. Pengaruh minat beli terhadap keputusan pembelian	83
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN	85
A. Simpulan	85
B. Keterbatasan Penelitian	87
C. Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	95

DAFTAR TABEL

1.1. Top Brand Award Index 2021	2
2.1. Penelitian Terdahulu.....	14
3. 1 Definisi Operasional Variabel Penelitian	39
4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	52
4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan/Bulan	53
4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian Produk.....	54
4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pembelian Produk.....	55
4.6. Hasil Uji Validitas Instrumen.....	57
4.7. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	58
4. 8 Interpretasi Kelas Interval	59
4. 9 Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Kualitas Produk.....	59
4. 10 Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Harga.....	60
4. 11 Stastitik Deskriptif Variabel Citra Merek	60
4. 12 Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli.....	61
4. 13 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	61
4. 14. Perhitungan Degree of Freedom.....	66
4. 15 Uji Normalitas	67
4. 16 Hasil Uji Outliers.....	68
4. 17 Hasil Uji Multikolinearitas dan Singulary.....	69
4. 18. Hasil Uji Goodnes of Fit	70
4. 19 Hasil Uji Goodness of Fit Setelah Modifikasi.....	72
4. 20 Hasil Output Regression Weights	75
4. 21 Hasil Output Standardized Direct Effects	75
4. 22 Hasil Output Standardized Indirect Effects.....	75
4. 23 Hasil Uji Hipotesis	76

DAFTAR GAMBAR

2.1. Model Penelitian.....	35
4.1 Model Penelitian.....	63
4.2 Permodelan Structural Equation Modelling	64
4.3 Output Permodelan Structural Equation Modelling.....	70
4.4 Output Permodelan Structural Equation Modelling Setelah Modifikasi.....	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	96
1. Pengantar	96
2. Kriteria Responden.....	97
3. Karakteristik Responden	97
4. Petunjuk Pengisian	99
5. Daftar Pernyataan	99
Lampiran 2 Hasil Uji Realibilitas	101
Lampiran 3 Statistik Deskriptif Menggunakan SPSS	103
Lampiran 4 Data Outliers.....	104
Lampiran 5 Hasil Uji Goodness of Fit	108
Lampiran 6 Hasil Uji Hipotesis	110