

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG SEPATU BATA
(Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY AND PRICE
PERCEPTION ON INTEREST TO BUY BATA SHOES
(Study on The Students University Muhammadiyah Yogyakarta)***

SKRIPSI

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



Oleh:

GHAZI MUHAMMAD GHIYATS

20180410225

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2022**

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Ghazi Muhammad Ghiyats

Nomor Mahasiswa : 20180410225

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **“PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG SEPATU BATA (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah 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, 18 Agustus 2022



Ghazi Muhammad Ghiyats

PERSEMBAHAN

Segala Segala puji dan syukur atas rahmat Allah SWT yang senantiasa melimpahkan kekuatan, kesehatan dan kesabaran sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Ibu saya yang telah memberikan kasih sayang serta doa dan mengajarkan arti kehidupan yang sebenarnya.
2. Sahabat-sahabat saya yang berada di kampung halaman yang selalu mendukung saya agar menyelesaikan skripsi saya
3. Teman-teman kontrakan yang selalu membantu saya jika ada masalah tentang perkuliahan

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah *rabbi'l'alamin*, atas rahmat serta karunia Allah SWT saya bersyukur diberikan kemudahan dan kelancaran dalam penulisan skripsi yang berjudul **“PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG SEPATU BATA”**.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis menggunakan topik ini berdasarkan permasalahan yang terjadi. Penulis berharap topik ini bisa bermanfaat dan bisa digunakan untuk memberikan masukan pengambilan keputusan serta ide dalam melakukan pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Prof. Ir. Gunawan Budiyanto, M.P. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Prof. Rizal Yaya, S.E, M.Sc., Ph.D., Ak, C.A., CRP. selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Dr. Sri Handari W, S.E., M.Si. selaku ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Dr. Siti Dyah Handayani, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing yang penuh kesabaran dalam memberikan masukan dan bimbingan selama penulis menyelesaikan penulisan ini.

5. Bapak Ibu Dosen Pengajar Program Studi Manajemen dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, yang telah memberikan ilmu yang diberikan selama perkuliahan berlangsung.
6. Kepada responden yang telah membantu penulis untuk melaksanakan penelitian sehingga skripsi ini bisa diselesaikan dengan baik.
7. Terima kasih kepada Nurhiyat Mildy, Fikriadi, Arip Rahman Abi, M. Taufik Hidayat, Firbani Ramadhan, Fakhrol Ramadhan Herinsyah, Wahyu Adi, Moch. Hilmy, M. Dade Dito, Hukas Amartya, Yusril Zulkarnain, Friend Cipta Abadi dan semua pihak yang telah memberikan masukan serta dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini

Sebagai penutup, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan yang terdapat dalam karya tulis ini. Oleh karena itu, dengan lapang dada penulis menerima saran dan masukan apapun demi perkembangan kemampuan penulis sendiri serta pengembangan penelitian dalam karya tulis ini.

Yogyakarta, 18 Agustus 2022



Ghazi Muhammad Ghiyats

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
INTISARI	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A.Latar Belakang Penelitian	1
B.Rumusan Masalah Penelitian	4
C.Tujuan Penelitian	4
D.Manfaat Penelitian	4
1. Manfaat Teoritis.....	4
2. Manfaat Praktis	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
A.Landasan Teori	6
1. Citra Merek.....	6
2. Kualitas Produk	8
3. Persepsi Harga	10
4. Minat Beli Ulang	12
B.Penelitian Terdahulu	15
C.Pengembangan Hipotesis	18
1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang.....	18
2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang	18
3. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang	19
D.Model Penelitian	20
BAB III METODE PENELITIAN	22
A.Subjek dan Objek Penelitian	22
1. Subjek Penelitian	22
2. Objek Penelitian.....	22
B.Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	22
C.Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data	23
D.Definisi Operasional Variabel Penelitian	24
E.Uji Kualitas Instrumen	26
1. Uji Validitas.....	26
2. Uji Reliabilitas	26
F.Analisis Data	26
1. Analisis Regresi Linear Berganda	26

2. Uji Statistik t	27
3. Uji Koefisien Determinasi (Adj. R ²)	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	29
A.Karakteristik Responden.....	29
1. Umur Responden	29
2. Jenis Kelamin Responden.....	30
3. Asal Daerah Responden.....	31
B.Hasil Analisis Data	31
1. Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Penelitian	31
2. Analisis Regresi liner Berganda	35
C.Pembahasan	39
1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang.....	39
2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang.....	39
3. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Minat Beli Ulang	40
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN.....	41
A.Simpulan	41
B.Keterbatasan Penelitian.....	41
C.Saran.....	41
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN.....	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	20
-----------------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand index % Brand Sepatu di Indonesia Tahun 2022.....	2
Tabel 2.1 Mapping Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3.1 Model Skala Likert.....	24
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	24
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	29
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	30
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah	31
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	31
Tabel 4.5 Hasil Uji Reabilitas	32
Tabel 4.6 Skala Data Variabel Penelitian	33
Tabel 4.7 Rata-rata Penilaian responden terhadap Variabel citra merek (X_1).	33
Tabel 4.8 Rata-rata Penilaian responden terhadap Variabel Kualitas Produk (X_2)	34
Tabel 4.9 Rata-rata Penilaian responden terhadap Variabel Persepsi Harga (X_3)	35
Tabel 5.0 Rata-rata Penilaian responden terhadap Variabel Minat Beli Ulang(Y)	36
Tabel 5.1 Rangkuman Hasil Regresi Linear Berganda.....	37

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	51
Lampiran 2. Karakteristik Responden.....	55
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas dan Uji Reabilitas	55
Lampiran 4. Deskripsi Jawaban Responden	56
Lampiran 5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	59
Lampiran 6. Data Penelitian.....	59
Lampiran 7. Hasil Analisis Data	64
Lampiran 8. Hasil Cek Turnitin	72