

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA,
PROMOSI, CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi Pada Produk Bakpia Pathok 25 Yogyakarta)

***THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY PERCEPTION, PRICE PERCEPTION,
PROMOTION, BRAND IMAGE ON PURCHASE DECISION***

(Study in Bakpia Pathok 25 Yogyakarta)



Disusun Oleh:

Addina Fathil Ahyad

20180410293

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2023**

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA,
PROMOSI, CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi Pada Produk Bakpia Pathok 25 Yogyakarta)

**THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY PERCEPTION, PRICE
PERCEPTION, PROMOTION, BRAND IMAGE
ON PURCHASE DECISION**

(Study in Bakpia Pathok 25 Yogyakarta)

**Diajukan Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Pada Fakultas Ekonomi Dan
Bisnis Prodi Manajemen Universitas Muhammdiyah Yogyakarta**



Disusun Oleh:

Addina Fathil Ahyad

20180410293

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2023**

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Addina Fathil Ahyad

Nomor Mahasiswa : 20180410293

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, PROMOSI, CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Produk Bakpia Pathok 25 Yogyakarta)”**, tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk diperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya, atau pendapat yang pernah ditulis dan diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang saya tulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini terdapat karya atau pendapat orang lain, maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 19 Agustus 2023



Addina Fathil Ahyad

MOTTO

“Bersemangatlah atas hal-hal yang bermanfaat bagimu. Minta tolonglah kepada Allah, jangan engkau lemah”

(HR. Muslim)

“Sesungguhnya Allah memberikan nikmat pada siapapun yang Dia kehendaki. Jika seseorang tidak bersyukur, nikmat tersebut malah berubah jadi siksaan”.

(Hasan Al-Bashri)

PERSEMBAHAN

Penulis mempersembahkan skripsi ini untuk semua pihak yang telah memberi semangat, dukungan dan motivasi yang tidak henti sampai skripsi ini terselesaikan.

1. Untuk kedua orang tua saya yang telah membiayai selama perkuliahan berlangsung sampai dengan biaya hidup selama di Yogyakarta walaupun hanya sampai semester 6, itu sangat memotivasi saya agar lebih semangat untuk bisa mendapatkan gelar S1.
2. Untuk adik-adik saya dan seluruh keluarga yang telah memberikan segalanya dari yang Nampak sampai yang tidak Nampak, mereka juga yang telah menjadikan saya termotivasi dan semangat sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.
3. Dosen pembimbing skripsi Ibu Hasnah Rimiati, S.E., M.Si. yang penuh kesabaran memberikan bimbingan dan arahan selama proses penulisan skripsi ini.
4. Seluruh keluarga besar akademisi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, yang telah menjadi rumah kedua saya bagi penulis.
5. Terima kasih terhadap diri saya sendiri karena sudah mau berjuang selama proses penulisan skripsi ini dengan semangat dan bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia, dan rahmat sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Bakpia Pathok 25 Di Yogyakarta”

Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu persyaratan dan memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik dengan harapan dapat memberikan masukan pada Bakpia Pathok 25 dan memberikan ide pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

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

1. Bapak Prof Rizal Yaya, SE., M.Si., Ph.D., Ak., Ca. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis universitas muhammdiyah Yogyakarta yang telah memberikan kemudahan dalam menyelesaikan studi.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, SE., M.Si., sebagai Ketua Jurusan Manajemen Universitas Muhammdiyah yogyakarta yang telah memberikan bimbingan serta kemudahan selama penulis meyelesaikan studi
3. Ibu Hasnah Rimiwati, SE., MSi yang penuh dengan kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.

4. Orang tua, saudara-saudara, dan teman-teman yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian kepada penulis, dan membantu baik langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini hingga terselesaikan
5. Segenap dosen pengajar di Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, yang sudah memberikan ilmu yang bermanfaat.
6. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Sebagai penutup, penulis menyadari banyak kekurangan dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran pengembangan penelitian selanjutnya di perlukan untuk kedalam karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, 19 Agustus 2023



Addina Fathil Ahyad

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN.....	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
INTISARI.....	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Landasan Teori	8
1. <i>Marketing Mix</i>	8
2. Persepsi Kualitas Produk.....	9
3. Persepsi Harga.....	11
4. Promosi.....	14
5. Citra merek.....	15
6. Keputusan Pembelian	17
B. Penelitian Terdahulu.....	18

C. Pengembangan Hipotesis.....	24
D. Model Penelitian.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
A. Objek dan Subjek Penelitian.....	29
1. Objek	29
2. Subjek.....	29
B. Jenis Data.....	29
C. Teknik Pengumpulan Data	30
D. Teknik Penentuan Sampel	31
E. Definisi Operasional Variabel	32
F. Uji Instrumen dan Data.....	34
1. Uji Validitas	34
2. Uji Reliabilitas.....	34
G. Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis	34
1. Analisis Deskriptif.....	34
2. Analisa Regresi Linear Berganda	35
3. Uji hipotesis.....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian.....	38
1. Gambaran Objek Penelitian.....	38
2. Profil Responden	39
3. Karakteristik Responden	40
B. Uji Kualitas Instrumen dan Data	43
1. Uji Validitas	43
2. Uji Reliabilitas.....	46
C. Analisis Statistik Deskriptif.....	47

1. Persepsi kualitas produk	48
2. Persepsi Harga	49
3. Promosi.....	50
4. Citra Merek.....	50
5. Keputusan Pembelian	51
D. Hasil Analisis Data dan Uji Hipotesis	52
1. Pengujian hipotesis parsial (Uji t)	54
2. Pengujian Uji F.....	55
3. Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R²</i>)	55
E. Pembahasan	56
1. Pengaruh Persepsi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	56
2. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	57
3. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	58
4. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	59
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN	61
A. Simpulan	61
B. Keterbatasan Penelitian	61
C. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN.....	68

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel.....	32
Tabel 4. 1 Usia Responden.....	40
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden	40
Tabel 4. 3 Jenis Pekerjaan Responden	41
Tabel 4. 4 Pendidikan Terakhir Responden	42
Tabel 4. 5 Pendapatan Perbulan Responden	42
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas.....	43
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas.....	46
Tabel 4. 8 Kategori Tingkat Jawaban	47
Tabel 4. 9 Statistik Deskriptif Persepsi Kualitas Produk	48
Tabel 4. 10 Statistik Deskriptif Persepsi Harga	49
Tabel 4. 11 Statistik Deskriptif Promosi.....	50
Tabel 4. 12 Statistik Deskriptif Citra Merek.....	51
Tabel 4. 13 Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian	51
Tabel 4. 14 Hasil Uji Hipotesis Regresi Linier Berganda.....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian	28
------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	70
Lampiran 2 Data Responden.....	75
Lampiran 3 Karakteristik Responden.....	73
Lampiran 4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	74
Lampiran 5 Statistik Deskriptif.....	78
Lampiran 6 Regresi Linear Berganda	80