

PENGARUH *BRAND IMAGE, PRICE, PRODUCT QUALITY*

TERHADAP *PURCHASE DECISION* BATIK KAMPUNG

PESILAT

(Studi Kasus Konsumen Batik Sariwarni di Kabupaten Madiun)

SKRIPSI



Oleh :

YULI AGUSTINA

NIM. 2003102068

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PGRI MADIUN

2024

**PENGARUH *BRAND IMAGE, PRICE, PRODUCT QUALITY*
TERHADAP *PURCHASE DECISION* BATIK KAMPUNG
PESILAT
(Studi Kasus Konsumen Batik Sariwarni di Kabupaten Madiun)**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas PGRI Madiun untuk Memenuhi Salah Satu
Persyaratan dalam Menyelesaikan Program Sarjana Strata 1 Manajemen

Disusun oleh:

YULI AGUSTINA

2003102068

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI MADIUN**

2024

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Skripsi oleh Yuli Agustina telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Madiun, 24 Juli 2024

Pembimbing I,



Dr. Rizal Ola Ananta Fauzi, S.E., M.M.
NIDN. 0708108702

Madiun, 24 Juli 2024

Pembimbing II,




Hendra Setiawan, S.E., M.M.
NIDN. 0702089403

LEMBAR PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

Skripsi oleh Yuli Agustina ini telah dipertahankan di depan panitia penguji pada hari Rabu tanggal 31 Juli 2024.


Panitia Penguji,


Dr. Apriyanti, S.E., M.M.
NIDN. 0704047305


Ketua


Robby Sandhi Dessyart, S.E., M.M.
NIDN. 0724128802

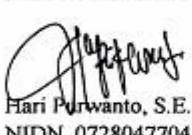
Sekretaris


Dr. Rizal Ananta Ula Fauzi, S.E., M.M.
NIDN. 0708108702

Anggota


Hendra Setiawan, S.E., M.M.
NIDN. 0702089403

Anggota


Hari Purwanto, S.E., M.M.
NIDN. 0728047704

Anggota


Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Anggita Langgeng Wijaya, S.E., M.Si., Ak., CA
NIDN. 0727078603


Mengetesahkan,
Kapripta S Manajemen

Dr. Apriyanti, S.E., M.M.
NIDN. 0704047305

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun :

Nama : Yuli Agustina

NIM : 2003102068

Judul Tugas Akhir : Pengaruh *Brand Image, Price, Product Quality* Terhadap *Purchase Decision* Batik Kampung Pesilat (Studi Kasus Konsumen Batik Sariwarni di Kabupaten Madiun)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tugas akhir yang saya buat ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam tugas akhir ini diberi tanda *citasi* dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti dalam pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan tugas akhir dan gelar yang saya peroleh atas tugas akhir tersebut.

Madiun, 22 Juli 2024

Mahasiswa


Yuli Agustina

MOTTO DAN KATA PERSEMBAHAN

“Selain *beauty privilege*, *smart privilege* juga nyata. Kalau kamu pintar orang tidak akan berani merendahkan kamu. Dipuji karena cantik memang menyenangkan, namun dikagumi karena pintar jauh lebih membanggakan.”

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kepada orang tua saya Bapak Karsidi dan Almh. Ibu Marsini tercinta yang senantiasa mendoakan dan memberikan kasih sayang.
2. Kemudian kakak – kakak tersayang yaitu Mas Ndut, Mbak Nung, Mas Arif, Mbak Watik yang selalu memotivasi dan memberikan semangat.
3. Kemudian teman – teman yang sudah berkenan membantu saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Kepada teman sekaligus partner saya Much. Dafa Aruna Putra, S. Kom., yang telah mengorbankan waktu, tenaga dan membantu dalam menyelesaikan skripsi saya hingga akhir.
5. Terakhir untuk diri sendiri karena sudah bertahan dan berjuang selama ini.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puja dan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan karunianya dan kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Brand Image, Price, Product Quality* Terhadap *Purchase Decision* Batik Kampung Pesilat (Studi Kasus Konsumen Batik Sariwarni Di Kabupaten Madiun)”, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Program Studi Manajemen.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan dan nasehat selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih setulus – tulusnya kepada:

1. Dr. Supri Wahyudi Utomo, M.Pd Rektor Universitas PGRI Madiun.
2. Dr. Anggita Langgeng Wijaya, S.E., M.Si., Ak. C.A., Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas PGRI Madiun.
3. Dr. Apriyani, S.E., M.M., Ketua Program Studi Manajemen Universitas PGRI.
4. Dr. Rizal Ula Ananta Fauzi, S.E., M.M. dosen pembimbing I.
5. Hendra Setiawan, S.E., M.M. Dosen pembimbing II.
6. Bapak Ibu Dosen Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama perkuliahan.
7. Kedua orang tua yang selalu mensupport dan mendoakan sampai saat ini.

Demikian yang dapat penulis sampaikan, semoga semua bantuan dan kebaikan yang diberikan mendapat balasan yang terbaik dari Tuhan Yang Maha Esa. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan pembaca.

Madiun, 22 Juli 2024

Yuli Agustina

DAFTAR ISI

PENGARUH <i>BRAND IMAGE, PRICE, PRODUCT QUALITY</i> TERHADAP <i>PURCHASE DECISION</i> BATIK KAMPUNG PESILAT	i
PENGARUH <i>BRAND IMAGE, PRICE, PRODUCT QUALITY</i> TERHADAP <i>PURCHASE DECISION</i> BATIK KAMPUNG PESILAT	ii
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
ABSTRAK.....	xiv
BAB I	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah	10
C. Rumusan Masalah	10
E. Kegunaan Penelitian.....	11
BAB II.....	13
A. Kajian Pustaka	13
1. Grand Theory	13
2. Brand Image (Citra Merek)	17
3. Price (Harga).....	22
4. Product Quality (Kualitas Produk)	25
5. Purchase Decision (Keputusan Pembelian).....	29
B. Penelitian Terdahulu	34
C. Kerangka Berfikir	41
D. Hipotesis Penelitian	42
BAB III	45
A. Tempat dan Waktu Penelitian	45
B. Jadwal Pelaksanaan	45
C. Desain Penelitian	46
D. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	48
E. <i>Variable</i> Penelitian dan Definisi Operasional.....	51
F. Definisi Operasional	52
G. Teknik Pengumpulan Data.....	53

H. Instrumen Penelitian	54
I. Uji Instrumen Penelitian	54
J. Analisis Data	56
BAB IV	63
A. Deskripsi Data Penelitian	63
B. Hasil Analisis Data.....	74
C. Pembahasan	86
BAB V	78
KESIMPULAN DAN SARAN	94
A. Kesimpulan	94
B. Implikasi Penelitian.....	94
C. Saran	95
DAFTAR PUSTAKA.....	96

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil observasi di galeri Batik Sariwarni	4
Tabel 1.2 Hasil observasi dari Batik Sariwarni	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3.1 Penelitian.....	46
Tabel 3.3 Tabel definisi operasional	52
Tabel 3.4 Tabel Skala Likert	54
Tabel 4.1 Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	64
Tabel 4.3 Berdasarkan Pekerjaan	63
Tabel 4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Domisili	66
Tabel 4.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	67
Tabel 4.6 Deskripsi Variable Brand Image (X1).....	68
Tabel 4.7 Deskripsi Variable Price (X2)	70
Tabel 4.8 Deskripsi Variable Product Quality (X3)	71
Tabel 4.9 Deskripsi Variables Purchase Decision (Y).....	73
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Image	74
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Price	75
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Product Quality	76
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Purchase Decision	76
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Brand Image (X1).....	77
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Price (X2)	78
Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pruduct Quality (X3)	78
Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Purchase Decision (Y)	78
Tabel 4.18 Hasil Uji Normalitas.....	79
Tabel 4.19 Hasil Uji Multikolinearitas	80
Tabel 4.20 Hasil Uji Heterokedastisitas	81
Tabel 4.21 Hasil Uji Autokorelasi.....	81
Tabel 4.22 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	82
Tabel 4.23 Hasil Analisis Uji t	84

Tabel 4.24 Hasil Analisis Koefisien Determinasi.....	85
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Teori Perilaku Direncanakan (<i>Theory of Planned Behavior</i>).....	14
Gambar 2.2 Kerangka Berfikir	41
Gambar 3.1 Data sekunder yang diolah 2024.....	47