

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, PERSEPSI KUALITAS, DAN
KESADARAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPATU *SNEAKERS* MEREK VANS PADA MAHASISWA STIESIA
SURABAYA**



Oleh :

IVAN EKA PUTRANANDA

NPM: 14.1.02.09336

Program Studi: Manajemen

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2018

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, PERSEPSI KUALITAS, DAN
KESADARAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPATU *SNEAKERS* MEREK VANS PADA MAHASISWA STIESIA
SURABAYA**



Oleh :

IVAN EKA PUTRANANDA

NPM: 14.1.02.09336

Program Studi: Manajemen

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2018

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, PERSEPSI KUALITAS, DAN
KESADARAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPATU *SNEAKERS* MEREK VANS PADA MAHASISWA STIESIA
SURABAYA**

**Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi: Manajemen
Konsentrasi: Manajemen Pemasaran**

Oleh:

IVAN EKA PUTRANANDA

NPM: 14.1.02.09336

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)
SURABAYA
2018**

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, PERSEPSI KUALITAS, DAN
KESADARAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPATU *SNEAKERS* MEREK VANS PADA MAHASISWA STIESIA
SURABAYA**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

IVAN EKA PUTRANANDA
NPM : 14.1.02.09336

Telah Dipertahankan Didepan Tim Penguji
Pada Tanggal 20 Oktober 2018

Susunan Tim Penguji :

Ketua : Dr. Triyonowati, M.Si.

Anggota : 1. Dra. Ec. Sasi Agustin, M.M.

2. Dr. Bambang Hadi Santoso, S.E., M.Si.

Dinyatakan memenuhi syarat dan diterima

Oleh:

Dosen Pembimbing


Ketua Program Studi S1 Manajemen


Dra. Ec. Sasi Agustin, M.M.


Dr. Triyonowati, M.Si.

Ketua STIESIA




Dr. Nur Fadrijh Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : IVAN EKA PUTRANANDA

NPM : 14.1.02.09336

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH HARGA, PROMOSI, PERSEPSI KUALITAS, DAN KESADARAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU *SNEAKERS* MEREK VANS PADA MAHASISWA STIESIA SURABAYA

dan dimajukan untuk diuji pada tanggal 20 Oktober 2018, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, 20 Oktober 2018

Yang membuat pernyataan,



Ivan Eka Putrananda

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. MAHASISWA

Nama : Ivan Eka Putrananda
NPM : 14.1.02.09336
Program Studi : Manajemen
Tempat/Tanggal Lahir : Surabaya, 10 Desember 1995
Agama : Islam
Jumlah Saudara/Anak ke : 1 (Satu) / 1 (Satu)
Alamat Rumah : Jl. Kedung Klinter VII/27
Status : Belum Menikah

B. ORANG TUA

Nama : Achmad Iskak
Alamat Rumah/Telepon : Jl. Kedung Klinter VII/27/085736396878
Alamat Kantor/Telepon : -
Pekerjaan/Jabatan : Wiraswasta

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD Negeri Kedung Doro V Surabaya Tahun 2008.
2. Tamat SMP Negeri 10 Surabaya Tahun 2011.
3. Tamat SMA Negeri 6 Surabaya Tahun 2014.

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Surabaya	I-VIII	2014-2018	-

D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat/Golongan	Jabatan
-	-	-	-

Dibuat dengan sebenarnya

Ivan Eka Putrananda

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas hidayat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH HARGA, PROMOSI, PERSEPSI KUALITAS, DAN KESADARAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU SNEAKERSMEREK VANS PADA MAHASISWA STIESIA SURABAYA”**dengan baik.

Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana ekonomi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penelitian dengan baik.
2. Ibu Dr. Nur Fadrih Asyik, S.E., M.Si., Ak. CA. Selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
3. Ibu Dr. Triyonowati, M.Si. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
4. Dra. Ec. Sasi Agustin, M.M. Selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan dorongan semangat dengan penuh kesabaran kepada saya dalam rangka penyusunan skripsi.

5. Ibu Dian Palupi, S.E., M.S.M. selaku dosen wali yang telah banyak membantu dalam memberikan pengarahan pada setiap perwalian yang berlangsung selama saya mengikuti kegiatan perkuliahan.
6. Bapak dan Ibu dosen, serta para staf STIESIA Surabaya yang telah memberikan banyak bekal ilmu dan teladan yang berarti selama kegiatan perkuliahan berlangsung.
7. Kedua orang tua saya yaitu Achmad Iskak dan Sri Redjeki yang selama ini selalu memberikan bantuan kepada saya dalam menempuh program pendidikan baik secara moril maupun materil.
8. Saudara-saudara tercinta dan seluruh keluarga lainnya yang selalu memberikan motivasi dan doa untuk saya agar dapat menyelesaikan program pendidikan dengan baik.
9. Sahabat-sahabat tercintadan HH Foundation yang selalu memberikan ide, motivasi, doa serta bantuan apapun yang saya butuhkan selama proses perkuliahan hingga penyelesaian penelitian ini.
10. Kepada Bethari Galuh Safira yang selalu dengan sabar memberikan saya motivasi, doa serta bantuan apapun yang saya butuhkan selama proses perkuliahan hingga penyelesaian penelitian ini.
11. Seluruh kawan-kawan SM-10 tercinta seangkatan tahun 2014 yang bersama-sama berjuang dalam penyelesaian perkuliahan selama ini serta yang telah memberikan dukungan serta doa pada saya dalam penyelesaian penelitian ini.

12. Kawan–kawan Hima Manajemen yang telah bersama–sama belajar berorganisasi sehingga memberikan saya begitu banyak ilmu dan pengalaman yang bermanfaat serta inspirasi dan tentunya memberikan doa serta motivasi kepada saya untuk penyelesaian penelitian ini.

13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak memberikan bantuan dan dukungan selama proses penulisan skripsi ini saya ucapkan terimakasih.

Dalam penyusunan ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kerendahan hati pembaca untuk memberikan kritik dan saran untuk kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini memberikan manfaat dan pengetahuan bagi para pembaca, terimakasih.

Surabaya, 3 November 2018

Ivan Eka Putrananda

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR SKRIPSI	i
HALAMAN SAMPUL DALAM SKRIPSI	ii
HALAMAN JUDUL SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
HALAMAN PENYATAAN.....	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
INTISARI.....	xviii
<i>ABSTRACT</i>	xix
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	7
BAB 2 TINJAUAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1 Tinjauan Teoritis	8
2.1.1 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	8
2.1.2 Harga	8

1. Pengertian Harga	8
2. Tujuan Penetapan Harga.....	9
3. Indikator Harga	10
2.1.3 Promosi	10
1. Pengertian Promosi.....	10
2. Bauran Promosi.....	10
3. Indikator Promosi.....	12
2.1.4 Persepsi Kualitas.....	12
1. Pengertian Persepsi Kualitas.....	12
2. Dimensi Persepsi Kualitas.....	13
3. Indikator Persepsi Kualitas.....	14
2.1.5 Kesadaran Merek.....	15
1. Pengertian Kesadaran Merek.....	15
2. Pengelompokan Kesadaran Merek.....	15
3. Indikator Kesadaran Merek.....	16
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	16
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	16
2. Tahap Pengambilan Keputusan.....	16
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen.....	18
4. Indikator Keputusan Pembelian.....	19
2.1.7 Hubungan Antar Masing –Masing Variabel	20
1. Hubungan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	20
2. Hubungan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	21
3. Hubungan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian.....	21
4. Hubungan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	22
2.1.8 Penelitian Terdahulu.....	23
2.2 Rerangka Pemikiran	27
2.3 Pengembangan Hipotesis	28

2.3.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2.3.2 Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan	29
2.3.3 Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian.....	29
2.3.4 Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	30
BAB 3 METODE PENELITIAN	32
3.1 Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian.....	32
3.1.1 Jenis Penelitian.....	32
3.1.2 Gambaran dari Populasi Penelitian.....	32
3.2 Teknik Pengambilan Sampel	33
3.2.1 Penentuan Jumlah Sampel	33
3.2.2 Teknik <i>Sampling</i>	34
3.3 Teknik Pengumpulan Data	34
3.3.1 Jenis Data	34
3.3.2 Sumber Data	35
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data	35
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel	36
3.4.1 Variabel.....	36
3.4.2 Definisi Operasional Variabel	37
1. Harga (Ha).....	37
2. Promosi (Pr).....	37
3. Persepsi Kualitas (PK).....	38
4. Kesadaran Merek (KM).....	38
5. Keputusan Pembelian (PK).....	39
3.5 Teknik Analisis Data	39
3.5.1 Analisis Deskriptif	40
3.5.2 Uji Instrumen	40
1. Uji Validitas.....	40

2. Uji Reliabilitas	41
3.5.3 Uji <i>Goodness Of Fit</i>	42
1. Uji F	42
2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	43
3.5.4 Uji Asumsi Klasik	44
1. Uji Normalitas	44
2. Uji Multikolinearitas	45
3. Uji Heteroskedastisitas	46
3.5.5 Analisis Regresi Linier Berganda	47
3.5.6 Uji Hipotesis (Uji t)	48
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Hasil Penelitian	49
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	49
1. Profil Perusahaan	49
2. Produk Vans	50
4.2 Hasil Penelitian	51
4.2.1 Gambaran Umum dan Subjek Penelitian	51
4.2.2 Deskriptif Hasil Penelitian	51
1. Analisis Tanggapan Responden Berkaitan Dengan Harga	52
2. Analisis Tanggapan Responden Berkaitan Dengan Promosi	54
3. Analisis Tanggapan Responden Berkaitan Dengan Persepsi Kualitas	55
4. Analisis Tanggapan Responden Berkaitan Dengan Kesadaran Merek	57
5. Analisis Tanggapan Responden Berkaitan Dengan Keputusan Pembelian	59
4.3 Analisis Data	61
4.3.1 Hasil Uji Validitas dan Realibilitas	61

1. Uji Validitas	61
2. Uji Reliabilitas	62
4.3.2 Uji <i>Goodness Of Fit</i>	63
1. Uji F	63
2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	65
4.3.2 Uji Asumsi Klasik	67
1. Uji Normalitas.....	67
2. Uji Multikolinearitas.....	69
3. Uji Heteroskedastisitas.....	71
4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	72
4.3.5 Uji Hipotesis (Uji t).....	74
4.4 Pembahasan	77
4.4.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan pembelian.....	77
4.4.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	78
4.4.3 Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian	79
4.4.4 Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	80
BAB 5 PENUTUP	82
5.1 Simpulan	82
5.2 Keterbatasan	83
5.3 Saran	83
JADWAL BIMBINGAN SKRIPSI	86
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN	89

DAFTAR TABEL

TabelHalaman

1	<i>Mapping</i> Penelitian Terdahulu.....	25
2.	Kelas Interval	36
3.	Pedoman Untuk Memberikan Nilai Interpretas Terhadap Reliabilitas (α)	42
4.	Kelas Interval	52
5.	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga.....	53
6.	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi.....	55
7.	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Kualitas	57
8.	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kesadaran Merek.....	59
9.	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	60
10.	Hasil Uji Validitas	61
11.	Hasil Uji Reliabilitas	63
12.	Hasil Uji F.....	64
13.	Hasil Uji Koefisien Determinasi Berganda (R^2).....	65
14.	Hasil Uji Koefisien Determinasi Parsial.....	66
15.	Hasil Uji Normalitas.....	70
16.	Hasil Uji Multikolinieritas.....	71
17.	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	72
18.	Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian	75

DAFTAR GAMBAR

GambarHalaman

1. Proses Keputusan Pembelian.....	18
2. Rerangka Penelitian.....	27
3. Grafik Uji Normalitas Data.....	68
4. Grafik Uji Heteroskedastisitas.....	71



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Kuesioner
2. Tabulasi Hasil Kuesioner
3. Hasil Output SPSS
4. Surat Tugas Bimbingan Skripsi
5. Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi
6. Surat Pengantar Ijin Riset dari STIESIA
7. Surat Keterangan Selesai Riset
8. Berita Acara Bimbingan Penulisan Skripsi
9. Sertifikat Seminar Hasil Penelitian
10. Surat Keterangan Bebas Plagiasi

