



**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN CITRA
MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI PADA PELANGGAN NUGGET MEREK CHAMP
DI PATI)**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

DZAKIROTUN AMELIA CHAIRUNISA
201911395

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**



**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN CITRA
MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI PADA PELANGGAN NUGGET MEREK CHAMP
DI PATI)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Sarjana Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Oleh:

DZAKITOTUN AMELIA CHAIRUNISA
201911395

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA NUGGET MEREK CHAMP
PELANGGAN FROZEN FOOD DI PATI)**

Nama : Dzakirotun Amelia Chairunisa
NIM : 201911395
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian
Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 2023


Pembimbing I



Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K

NIDN.0630098401


Pembimbing II



Keke Tamara Fahira, S.E., M.M

NIDN.0630109701

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen



Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M

NIDN.0024037701

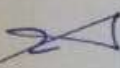
**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA NUGGET MEREK CHAMP
PELANGGAN FROZEN FOOD DI PATI)**

Nama : Dzakirotun Amelia Chairunisa
NIM : 201911395
Program Studi : Manajemen

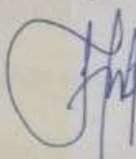
Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 2023


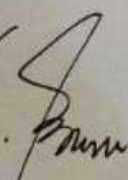
Mengetahui,
Ketua Program Studi


Neor Indah Rahmawati, S.E., M.M
NIDN.0024037701


Pembimbing I


Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K
NIDN.0630098401

Mengetahui,



Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M
NIDN.0616077304

Pembimbing II


Keke Tamara Fahira, S.E., M.M
NIDN.0630109701

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(QS. Al-Baqarah:268)

“Segala sesuatu yang sudah diawali, maka harus diakhiri. Prosesnya mungkin tidak mudah tapi endingnya bikin tidak berhenti bilang alhamdulillah”

(Penulis)

Persembahan:

“Tiada lembar yang paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan, Skripsi ini saya persembahkan sebagai tanda bukti kepada:

1. Kedua orang tua tercinta
2. Keluarga besar tercinta
3. Teman-teman Manajemen Seperjuangan
4. Almamaterku tercinta

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nyalah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Nugget Merek Champ Di Pati)”**. Adapun maksud dan tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk mengikuti sidang skripsi, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Penulis beranggapan bahwa skripsi ini merupakan karya terbaik yang dapat penulis persembahkan. Tetapi penulis menyadari bahwa tidak tertutup kemungkinan didalamnya terdapat kekurangan. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si. selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Ibu Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Ibu Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Ibu Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K. selaku Dosen Pembimbing I yang telah membantu dan meluangkan waktunya serta memberikan kesabaran penuh dalam membimbing penulis dari awal hingga selesainya penyusunan skripsi.

5. Ibu Keke Tamara Fahira, S.E., M.M. selaku Dosen pembimbing II yang telah membantu dan meluangkan waktunya serta memberikan kesabaran penuh dalam membimbing penulis dari awal hingga selesainya penyusunan skripsi.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis program studi Manajemen Universitas Muria Kudus yang telah banyak memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
7. Panutanku, Ayah Mokhamad Munjamil. Beliau yang sangat memberikan semangat dan motivasi tiada henti hingga penulis dapat menyelesaikan studinya sampai sarjana.
8. Pintu surgaku, Ibu Siti Asiyah terima kasih sebesar-besarnya penulis berikan kepada beliau atas segala doa yang diberikan selama ini. Terima kasih atas nasihat, kesabaran dan kebesaran hati kepada penulis. Ibu selalu menjadi penganut dan peringat yang hebat.
9. Saudaraku Diandra Sifa Az-zahra yang selalu menemani dan mendukung penulis dalam penyusunan skripsi.
10. Sahabat penulis, Enno, Wulan, Asna yang senantiasa membantu dan membersamai proses penulis dari awal proposal sampai tugas akhir. Terima kasih atas segala bantuan, waktu, *support* dan kebaikan yang diberikan kepada penulis selama ini. *See you on top, guys.*
11. Semua pihak yang memberikan bantuan kepada penulis namun tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, semangat, dan doa baik yang diberikan kepada penulis selama ini.

12. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan meyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri. Hebat bisa tetap berdiri dan menghadapi segala fase hidup. Kamu hebat, Amel.

Kudus, 2023

Penulis

Dzakirotun Amelia Chairunisa

201911395

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING
(STUDI PADA PELANGGAN NUGGET MEREK CHAMP DI PATI)**

Dzakirotn Amelia Chairunisa
201911395

Pembimbing 1: Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K.
2: Keke Tamara Fahira, S.E., M.M.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan citra merek sebagai variabel intervening (studi pada Pelanggan Nugget Merek Champ di Pati). Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan data yang digunakan adalah data primer. Pengambilan sampel penelitian ini menggunakan Purposive sampling dengan jumlah sampel 120. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan AMOS 24.0. penelitian ini memiliki hasil persepsi harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek, persepsi harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, citra merek sebagai variabel intervening berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Persepsi Harga

**THE EFFECT OF PRICE PERCEPTIONS AND PRODUCT QUALITY ON
PURCHASE DECISIONS WITH BRAND IMAGE AS INTERVENING
VARIABLES
(STUDY ON CUSTOMERS OF CHAMP BRAND NUGGETS IN PATI)**

DZAKIROTUN AMELIA CHAIRUNISA
201911395

Pembimbing 1: Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K.
2: Keke Tamara Fahira, S.E., M.M.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

ABSTRACTION

This research aims to determine the influence of perceived price and product quality on purchasing decisions with brand image as an intervening Variable (Study On Customers Of Champ Brand Nuggets In Pati). This type of research is quantitative research and the data used is primary data. The sampling for this research used purposive sampling with a sample size of 120. Data analysis in this research used AMOS 24.0. This research has the results that perceptions of price and product quality have a positive and significant effect on brand image, perceptions of price and product quality have a positive and significant effect on purchasing decisions, brand image as an intervening variable has a positive and significant effect on purchasing decisions

Keyword: Brand Image, Perceived Price, Product Quality, Purchase Decision.

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	viii
<i>ABSTRACTION</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Ruang Lingkup.....	7
1.3 Perumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Manajemen Pemasaran	10
2.2 Keputusan Pembelian.....	10
2.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian	10
2.2.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	11
2.2.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	12
2.3 Citra Merek	13
2.3.1 Pengertian Citra Merek.....	13
2.3.2 Faktor – faktor yang mempengaruhi citra merek	14
2.3.3 Indikator Citra Merek	14
2.4 Persepsi Harga	16
2.4.1 Pengertian Persepsi Harga	16
2.4.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Harga	17

2.4.3 Indikator Persepsi Harga	17
2.5 Kualitas Produk.....	18
2.5.1 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk	19
2.5.2 Indikator Kualitas Produk.....	20
2.6 Pengaruh Antar Variabel.....	21
2.7 Tinjauan Penelitian Terdahulu	25
2.8 Kerangka Pikir Hipotesis	30
2.9 Hipotesis	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Rancangan Penelitian.....	32
3.2 Variabel Penelitian dan Devinisi Operasional	32
3.2.1 Variabel Penelitian	32
3.2.2 Definisi Operasional.....	33
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	34
3.4 Populasi dan Sampel	35
3.5 Pengumpulan Data	36
3.6 Uji Instrumen Penelitian	37
3.7 Pengolahan Data	38
3.8 Analisis Data.....	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Gambaran Umum.....	45
4.1.1 Gambaran Umum Nugget Merek Champ.....	45
4.1.2 Visi	46
4.1.3 Misi	46
4.2 Penyajian Data	47
4.2.1 Deskripsi Responden	47
4.2.1.1 Jenis Kelamin.....	47
4.2.1.2 Usia	48
4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel.....	48
4.2.2.1 Variabel Persepsi Harga (X_1).....	48
4.2.2.2 Variabel Kualitas Produk (X_2).....	49

4.2.2.3 Variabel Citra Merek (Y_1)	50
4.2.2.4 Variabel Keputusan Pembelian (Y_2)	50
4.3 Uji Instrumen	51
4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	51
4.4 Analisis Data	54
4.4.1 Evaluasi Atas Asumsi-Asumsi SEM.....	54
4.4.1.1 Normalitas Data	54
4.4.1.2 <i>Outliers</i>	55
4.4.2 Analisis Faktor Konfirmatori (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>).....	55
4.4.3 Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM) atau <i>Full Model</i>	65
4.4.4 Pengujian Hipotesis	66
4.4.5 Analisis Pengaruh Langsung (<i>Direct</i>) dan Tidak Langsung (<i>indirect</i>)	69
4.4.5.1 Pengaruh Langsung (Direct).....	69
4.4.5.2 Analisis Tidak Langsung (Indirect).....	69
4.4.5.3 Analisis Squared Multiple Correlation	71
4.5 Pembahasan.....	72
4.5.1 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Citra Merek	72
4.5.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Citra Merek.....	73
4.5.3 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	75
4.5.4 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	76
4.5.5 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	78
4.5.6 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek.....	80
4.5.7 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek.....	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	81
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	84

DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
Tabel 1. 1 Top Brand Award dari Tahun 2021- 2023 kategori nugget.....	2
Tabel 1. 2 Daftar Perbandingan Harga Nugget.....	3
Tabel 3. 1 Definisi Operasional	33
Tabel 4. 1 Distribusi Jenis Kelamin Responden	47
Tabel 4. 2 Distribusi Usia	48
Tabel 4. 3 Frekuensi Variabel Persepsi Harga.....	49
Tabel 4. 4 Frekuensi Variabel Kualitas produk	49
Tabel 4. 5 Frekuensi Variabel Citra Merek	50
Tabel 4. 6 Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian.....	51
Tabel 4. 7 Uji Validitas	52
Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas	53
Tabel 4. 9 Uji Normalitas Data	54
Tabel 4. 10 Uji Outliers	55
Tabel 4. 11 Standardized RegressionWeightsVariabel Eksogen Sebelum Perbaikan	57
Tabel 4. 12 Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan	58
Tabel 4. 13 Standardized RegressionWeights Variabel Eksogen setelah Perbaikan Model	60
Tabel 4. 14 Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices Variabel Eksogen Setelah Perbaikan	60
Tabel 4. 15 Loading Factors Pengukuran Variabel Eksogen.....	61
Tabel 4. 16 Standardized RegressionWeightsVariabel Endogen	63
Tabel 4. 17 Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices Variabel Endogen (Y) Sesudah Perbaikan	63
Tabel 4. 18 Loading Factors Pengukuran Variabel Endogen (Y).....	64
Tabel 4. 19 Pengujian Kesesuaian Analisis Structural Equation Modelling	66
Tabel 4. 20 Hasil Regression Weights	67
Tabel 4. 21 Hasil Estimasi Direct Effect	69

Tabel 4. 22	Tabel Hasil Estimasi Indirect Effect.....	69
Tabel 4. 23	Besar Total Effect	70
Tabel 4. 24	Hasil Estimasi Standardized Regression Weight.....	71
Tabel 4. 25	Koefisien Determinasi (Squared Multiple Correlation).....	72



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
Gambar 2. 1 Kerangka Pikir Teoritis	31
Gambar 4. 1 Pengujian Konfirmatori Eksogen Sebelum Perbaikan Model.....	56
Gambar 4. 2 Pengujian Konfirmatori Eksogen Setelah Perbaikan Model.....	59
Gambar 4. 3 Pengujian Konfirmatori Endogen Sebelum Perbaikan Model	62
Gambar 4. 4 Analisis Structural Equation Modelling (SEM)	65

