

ABSTRAK

Permasalahan yang dijumpai berkaitan dengan keputusan pembelian konsumen pada produk sandal jepit “UKM Sandal Darmo” adalah terjadinya fluktuasi penjualan dalam kurun waktu satu tahun terakhir. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas, harga, dan citra merek produk terhadap keputusan pembelian produk sandal jepit “UKM Sandal Darmo”.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen produk sandal jepit “UKM Sandal Darmo”. Sampel ditentukan dengan teknik *accidental sampling* dengan responden sebanyak 100 orang. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji instrumen (uji validitas dan reliabilitas) dan uji regresi logistik dengan menggunakan program SPSS *for windows* 16.0.

Hasil penelitian untuk uji parsial diketahui dari ketiga variabel bebas yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian adalah variabel harga produk. Untuk uji kelayakan model yaitu uji *Hosmer and Lemeshow*, uji rasio *Likelihood*, dan uji *Cox and Snell R-Square* menunjukkan bahwa model regresi yang baik karena antara hasil pengamatan dengan kemungkinan hasil prediksi model. Kesimpulan dari penelitian ini adalah harga produk yang ditawarkan oleh UKM tersebut dapat dijangkau oleh konsumen, sehingga cenderung membuat konsumen melakukan pembelian. Saran bagi peneliti selanjutnya adalah dapat menambahkan variabel bebas lainnya selain kualitas, harga, dan citra merek produk, yang tentunya dapat mempengaruhi variabel terikat keputusan pembelian konsumen agar lebih melengkapi penelitian ini yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Kata kunci : Kualitas, Harga, Citra Merek Produk, Keputusan Pembelian, Analisis Regresi Logistik.

ABSTRACT

Problems encountered with regard to consumer purchasing decisions on products flip-flops "UKM Sandal Darmo" is the occurrence of fluctuations in sales within the past year. The purpose of this study to determine the effect of quality, price, and product brand image on product purchasing decisions flip-flops "UKM Sandal Darmo".

The population in this study is a consumer product flip-flops "UKM Sandal Darmo". Samples were determined by accidental sampling technique by respondents as many as 100 people. The analysis technique used in this research is to test the instrument (validity and reliability) and logistic regression using SPSS for windows 16.0.

Partial assay results for the study are known from three independent variables that significantly influence the purchase decision is a variable priced products. To test the feasibility of this model is Hosmer and Lemeshow test, likelihood ratio test, and Cox and Snell test R-Square indicates that the regression model is better because the results of observations with the possibility that the models project. The conclusion of this study is the price of the products offered by UKM are reachable by consumers, so it tends to make the consumer to make a purchase. Suggestions for further research are able to add more independent variables in addition to the quality, price, and product brand image, which can certainly influence consumer purchase decisions dependent variable in order to further complement this research could affect consumer purchasing decisions.

Keywords: *Quality, Price, Brand Image Product, Purchase Decision, Logistic Regression Analysis*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir sesuai dengan waktu yang telah diberikan kepada penulis. Tugas Akhir disusun untuk memenuhi syarat mencapai gelar Sarjana Teknik Industri Universitas Trunojoyo Madura, walaupun bentuk dan isinya masih jauh dari kesempurnaan. Adapun judul Tugas Akhir penulis yaitu **“Pengaruh Kualitas, Harga, dan Citra Merek Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus : UKM Sandal Darmo, Bangkalan)”**.

Dengan terselesainya Tugas Akhir selama satu semester ini, maka penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuannya berupa semangat, bimbingan, petunjuk, nasihat, dan kerjasama dari berbagai pihak, yaitu kepada:

1. Mama dan Papa tercinta, ibu Yenik Dwi Ningsih dan bapak Muhammad yang tidak henti untuk selalu mendoakan saya dan memberikan semangat selama pelaksanaan Tugas Akhir.
2. Saudara tercinta, Anindy Sindu Pertiwi, Tryas Tidar Ofien, Maulana Rahmat Firdaus yang selalu mendoakan dan memberikan semangat selama proses pengerjaan Tugas Akhir ini.
3. Bapak Dr. Rachmad Hidayat, ST., MT. selaku dekan fakultas Teknik Universitas Trunojoyo Madura.
4. Bapak Dr. Kukuh Winarso, S.Si., MT. selaku kepala program studi Teknik Industri Universitas Trunojoyo Madura.
5. Ibu Fitri Agustina, ST., MT. selaku koordinator tugas akhir dan sekretaris program studi Teknik Industri Universitas Trunojoyo Madura.
6. Bapak Indra Cahyadi, ST., M.Bus., Ph.d. dan Bapak Agus Salim, ST., MT. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan sehingga tugas akhir dapat terselesaikan tepat waktu.
7. Bapak Samsul Amar, ST., Msc. Ibu Ika Deefi Anna, ST., MT. Ibu Trisita Novianti, S.TP., MT. selaku dosen penguji yang telah bersedia meluangkan waktu untuk menguji dan memberikan saran perbaikan terhadap tugas akhir ini.

8. Bapak Darmo selaku pemilik “UKM Sandal Darmo” Bangkalan yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian tugas akhir terkait masalah tentang keputusan pembelian.
9. Mas Achmad Jailani selaku pasangan penulis yang selalu mendoakan dan memberikan semangat agar tugas akhir ini selesai tepat waktu.
10. Rusdiah Fatati selaku sahabat penulis yang selalu mendoakan, memberi semangat, dukungan, bantuan dalam keadaan suka maupun duka.
11. Moh. Jufriyanto selaku teman sekaligus kakak tingkat yang telah membantu mengajarkan penulis dan memberi saran agar tugas akhir ini terselesaikan dengan tepat.
12. Seluruh teman-teman Teknik Industri angkatan 2012 yang telah memberikan bantuan dan saling mendukung selama kuliah dalam keadaan apapun.
13. Seluruh responden atau konsumen produk sandal jepit “UKM Sandal Darmo” di Desa Lajing, Desa tambegan, Desa Batonaong, Kelurahan Kraton, Kelurahan Bancaran, Kelurahan Kemayoran, Kelurahan Pangeranan, Kelurahan Pejagan, Kelurahan Demangan, dan Desa Jaddih Kabupaten Bangkalan yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang telah disusun oleh penulis.

Bangkalan, 07 Agustus 2016

Penulis



MOTTO

Sekali Layar Berkembang

Mundur Itu Pantang

Febrina Umsy Derta

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Lembar Pernyataan	ii
Lembar Pengesahan.....	iii
Abstrak	iv
Abstract	v
Kata Pengantar	vi
Motto	viii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Batasan Masalah	4
1.6 Sistematika Penulisan	4

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Perilaku Konsumen	6
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	7
2.1.3 Kualitas Produk.....	12
2.1.4 Harga Produk	14
2.1.5 Citra Merek Produk.....	16
2.1.6 Populasi dan Sampel Penelitian	18
2.1.6.1 Populasi Penelitian	18
2.1.6.2 Sampel Penelitian.....	19
2.1.7 Uji Instrumen	20
2.1.7.1 Uji Validitas	20

2.1.7.2 Uji Reabilitas.....	21
2.1.8 Model Regresi Logistik.....	21
2.1.9 Menilai Model Fit	23
2.1.9.1 Uji <i>Hosmer and Lemeshow</i>	24
2.1.9.2 Uji <i>Likelihood Ratio</i>	24
2.1.9.3 Uji Wald.....	25
2.1.9.4 Uji <i>Cox and Snell R-Square</i>	25
2.2 Posisi Penelitian	26
2.3 Hipotesis Penelitian.....	30

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	31
3.2 Variabel Penelitian	31
3.2.1 Variabel Bebas (X).....	31
3.2.1 Variabel Terikat (Y).....	32
3.3 Waktu dan Tempat Penelitian	32
3.4 Jenis atau Tipe Data	32
3.5 Teknik Pengumpulan Data	33
3.6 Populasi dan Sampel Penelitian	34
3.6.1 Populasi Penelitian.....	34
3.6.2 Sampel Penelitian.....	34
3.7 Studi Pustaka	34
3.8 Rancangan Kuesioner	35
3.9 Kerangka Konseptual dan Model Matematis	35
3.10 Langkah-langkah Penelitian	36
3.10.1 Tahap Identifikasi Awal	37
3.10.2 Tahap Pengumpulan dan Pengolahan Data	37
3.10.2.1 Tahap Pengumpulan Data	37
3.10.2.2 Tahap Pengolahan Data	38
3.10.3 Tahap Analisis dan Interpretasi Data	38
3.10.4 Tahap Kesimpulan dan Saran	39
3.11 <i>Flowchart</i> Penelitian	39

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden	41
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	41
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat	42
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	44
4.2 Uji Instrumen	45
4.2.1 Uji Validitas	45
4.2.2 Uji Reliabilitas	45
4.3 Analisis Regresi Logistik	46
4.3.1 Menentukan Pendugaan Parameter	46
4.3.2 Uji Kelayakan Model	47
4.3.2.1 Uji <i>Hosmer and Lemeshow</i>	47
4.3.2.2 Uji Rasio <i>Likelihood</i>	48
4.3.2.3 Uji <i>Cox and Snell R-Square</i>	48
4.3.3 Uji Signifikansi Parameter	49
4.3.3.1 Uji Wald	49
4.3.4 Model Regresi Logistik.....	50

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	53
5.2 Saran.....	54

DAFTAR PUSTAKA	55
----------------------	----

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Sandal “Jepit” UKM Sandal Darmo	2
Tabel 2.2 Posisi Penelitian	29
Tabel 3.3 Instrumen Variabel Keputusan Pembelian (Y)	35
Tabel 3.4 Instrumen Variabel Kualitas Produk (X_1).....	35
Tabel 3.5 Instrumen Variabel Harga Produk (X_2)	35
Tabel 3.6 Instrumen Variabel Citra Merek Produk (X_3).....	35
Tabel 4.7 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas.....	45
Tabel 4.8 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas.....	46
Tabel 4.9 Klasifikasi Model.....	47
Tabel 4.10 Uji <i>Hosmer and Lemeshow</i>	47
Tabel 4.11 Uji Rasio <i>Likelihood</i>	48
Tabel 4.12 Uji <i>Cox and Snell R-Square</i>	49
Tabel 4.13 Uji Wald.....	49
Tabel 4.14 Model Persamaan Regresi Logistik	51
Tabel 4.15 Model Persamaan Regresi Logistik Dalam Penelitian Ini	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	10
Gambar 2.2 Komponen Pembangun Reputasi Harga	15
Gambar 3.3 Kerangka Konseptual	36
Gambar 3.4 <i>Flowchart</i> Penelitian	40
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
Gambar 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat	42
Gambar 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Gambar 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerja	43
Gambar 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	44