

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI KUALITAS PRODUK DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI PADA KONSUMEN
SOMETHINC DI KOTA MALANG**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai

Derajat Sarjana Ekonomi



Oleh:

Nadia Putri Ananda

201910160311264

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

2023

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI PADA KONSUMEN SOMETHINC DI KOTA MALANG

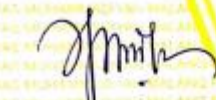
Oleh :

Nadia Putri Ananda
201910160311264

Diterima dan disetujui
pada tanggal 07 Oktober 2023

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Dr. Eko Handayanto, M.M.



Luqman Dzul Hilmi, S.E., M.B.A.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,



Dr. Iqbal Zuhroh, M.M.



Dr. Nurul Asfiah, M.M.



LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK,
PERSEPSI KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP MINAT BELI PADA KONSUMEN SOMETHINC DI KOTA MALANG

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Nadia Putri Ananda
NIM : 201910160311264
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 07 Oktober 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : Drs. Noor Azis, M.M.
Penguji II : Dr. Rizki Febriani, S.E., M.M.
Penguji III : Luqman Dzul Hilmi, S.E., M.BA.
Penguji IV : Dr. Eko Handayanto, M.M.

1. 
2. 
3. 
4. 

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,




Dr. Idan Zulfan, M.M.

Ketua Jurusan,



Dr. Nurul Asfiah, M.M.

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, Saya:

Nama : Nadia Putri Ananda
NIM : 201910160311264
Program Studi : Manajemen
Email : nadiaputriananda2006@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (plagiarisme) dari hasil karya orang lain.
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan/sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebesar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 31 Agustus 2023
Yang membuat pernyataan



Nadia Putri Ananda

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI KUALITAS PRODUK DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI PADA KONSUMEN
SOMETHINC DI KOTA MALANG**

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang

Email: nadiiaputriiananda2006@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan adanya produk Somethinc yang tergolong baru, akan tetapi produk ini mampu bersaing dengan produk yang sudah lama berada di pangsa pasar. Penjualan yang baik ini menunjukkan adanya minat beli yang tinggi dari para konsumen kepada produk Somethinc sehingga dapat dirumuskan dalam penelitian ini bahwa bagaimana konsumen memiliki minat beli pada produk Somethinc ditengah fenomena persaingan yang ketat yang berdasarkan pada citra merek, persepsi kualitas produk dan persepsi harga. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, persepsi kualitas produk dan persepsi harga terhadap minat beli pada konsumen Somethinc di Kota Malang.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan total sampel sebanyak 152 konsumen Somethinc di Kota Malang khususnya di Kecamatan Lowokwaru dengan menyebarkan kuesioner. Alat analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa Citra Merek, Kualitas Produk dan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Minat Beli, Somethinc.

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PERCEIVED PRODUCT QUALITY
AND PERCEIVED PRICE ON BUYING INTEREST IN CONSUMERS
SOMETHINC IN MALANG CITY***

Management Department

Faculty of Economics and Business University of Muhammadiyah Malang

Corresponding E-mail: nadiiaputriiananda2006@gmail.com

ABSTRACT

This research is motivated by the existence of Somethinc products which are relatively new, but these products are able to compete with products that have long been in the market share. This good sales indicate a high buying interest from consumers in Somethinc products so that it can be formulated in this study that how consumers have buying interest in Somethinc products amid the phenomenon of intense competition based on brand image, perceived product quality and perceived price. This study aims to determine the effect of brand image, perceived product quality and perceived price on buying interest in Somethinc consumers in Malang City.

This research uses quantitative methods. The sample technique used was purposive sampling with a total sample of 152 Somethinc consumers in Malang City, especially in Lowokwaru District by distributing questionnaires. The analytical tool used in this research is multiple regression analysis. The results of this study concluded that Brand Image, Product Quality and have a positive and significant effect on Purchase Intention.

Keyword: *Brand Image, Product Quality, Price, Purchase Intention, Somethinc.*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohhim.

Puji syukur yang teramat dalam saya haturkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Segala, atas percikan kasih, hidayah, dan taufiq-Nya sehingga Skripsi dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Pada Konsumen Something Di Kota Malang” dapat terselesaikan pada waktu yang telah direncanakan.

Teriring do'a sholawat semoga senantiasa melimpah ke haribaan Muhammad SAW., Rasul akhir zaman, penutup para Nabi yang membawa kesempurnaan ajaran Tauhid dan keutamaan budi pekerti. Dan semoga tumpahan do'a sholawat menetes kepada segenap keluarga dan sahabatnya, para syuhada', para mushonnifin, para ulama', dan seluruh umatnya yang dengan tulus ikhlas mencintai dan menjunjung sunnahnya.

Selama proses penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya. Sebagai ungkapan syukur, dalam kesempatan ini saya ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Rektor Universitas Muhammadiyah Malang Dr. Fauzan, M.Pd.
2. Ibu Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang Dr. Idah Zuhroh, MM.
3. Ketua Program Studi Ibu Dr. Nurul Asfiah, MM.
4. Bapak Dr. Eko Handayanto, Drs. M.M. selaku dosen pembimbing I dan Bapak Luqman Dzul Hilmi, SE., M.BA selaku dosen pembimbing II yang berbaik hati telah memberikan waktu, arahan, dan bimbingannya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan baik.
5. Seluruh jajaran Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang, penulis sampaikan terima kasih banyak atas ilmu yang telah diberikan selama ini.

6. Bapak tercinta Yudianto dan Ibunda tercinta Armini. Berkat dukungan dan do'a yang tiada henti dan kasih sayang luar biasa yang kalian berikan sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
7. Sahabat terbaik yang kebersamai penulis selama kuliah di Universitas Muhammadiyah Malang dan ikut andil dalam membantu penulis sehingga penyusunan tugas akhir dapat selesai dengan mudah dan lancar, Ervina Widyatuti, Janu Dea Siska Maharani, Sela Rahma Nuria dan Nurhabibah Ariyanti.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas kebaikan yang telah kalian berikan. Aamiin.

Kepada mereka semua, hanya ungkapan terimakasih dan do'a tulus yang dapat saya persembahkan, semoga segala yang telah mereka berikan kepada saya tercatat dengan tinta emas dalam lembaran catatan Roqib sebagai sebuah ibadah yang tiada ternilai. Amiin

Akhirnya, dengan segala keterbatasan dan kekurangan, saya persembahkan karya tulis ini kepada siapapun yang membutuhkannya. Kritik konstruktif dan saran dari semua pihak sangat saya harapkan untuk penyempurnaan karya-karya saya selanjutnya.

Billahittaufiq Wal Hidayah.

Malang, 31 Desember 2023

Penulis,

Nadia Putri Ananda

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| LEMBAR PERSETUJUAN | i |
| LEMBAR PENGESAHAN | ii |
| PERNYATAAN ORISINALITAS..... | iii |
| ABSTRAK | iv |
| ABSTRACT | v |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR TABEL | x |
| DAFTAR GAMBAR..... | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN | xii |
| BAB I..... | 1 |
| PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 6 |
| C. Tujuan dan Manfaat Penelitian | 6 |
| BAB II | 8 |
| TINJAUAN PUSTAKA | 8 |
| A. Penelitian Terdahulu | 8 |
| B. Landasan Teori..... | 13 |
| C. Kerangka Pikir | 19 |
| D. Hipotesis..... | 19 |
| BAB III..... | 22 |
| METODE PENELITIAN..... | 22 |
| A. Lokasi Penelitian..... | 22 |
| B. Jenis Penelitian..... | 22 |
| C. Populasi dan Sampel | 22 |
| D. Definisi Operasional Variabel..... | 24 |
| E. Jenis dan Sumber Data | 25 |
| F. Teknik Pengumpulan Data..... | 26 |

| | |
|--|-----------|
| G. Pengujian Instrumen | 26 |
| H. Uji Asumsi Klasik | 28 |
| I. Alat Analisis Data | 29 |
| J. Uji Hipotesis | 31 |
| BAB IV | 32 |
| HASIL DAN PEMBAHASAN | 32 |
| A. Gambaran Umum Produk Somethinc | 32 |
| B. Deskripsi Karakteristik Responden | 33 |
| C. Hasil Uji Instrumen Penelitian | 34 |
| D. Hasil Analisis Data | 39 |
| D. Uji Hipotesis | 48 |
| E. Pembahasan | 50 |
| BAB V | 54 |
| PENUTUP | 54 |
| A. Kesimpulan | 54 |
| B. Saran | 55 |
| DAFTAR PUSTAKA | 57 |
| LAMPIRAN | 60 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1. 1 Data Penjualan Top Brand Serum Wajah Di Bulan Juni 2021 | 5 |
| Tabel 1. 2 Daftar Harga Serum Wajah..... | 5 |
| Tabel 2 1Tabel Penelitian Terdahulu | 8 |
| Tabel 3 1 Definisi Operasional Variabel..... | 24 |
| Tabel 3 2 Pengukuran Data..... | 26 |
| Tabel 3 3 Penilaian variabel Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Minat Beli dalam Rentang Skala..... | 30 |
| Tabel 4 1 Tabel Usia Responden | 33 |
| Tabel 4 2 Hasil Uji Validitas..... | 35 |
| Tabel 4 3 Hasil Uji Reliabilitas..... | 36 |
| Tabel 4 4 Uji Kolmogorov-Smirnov | 38 |
| Tabel 4 5 Uji Multikolinearitas | 38 |
| Tabel 4 6 Uji Heteroskedastisitas..... | 39 |
| Tabel 4 7 Tabel Rentang Skala Variabel Minat Beli | 39 |
| Tabel 4 8 Tabel Rentang Skala Variabel Citra Merek | 41 |
| Tabel 4 9 Tabel Rentang Skala Variabel Kualitas Produk..... | 42 |
| Tabel 4 10 Tabel Rentang Skala Variabel Harga..... | 44 |
| Tabel 4 11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda..... | 46 |
| Tabel 4 12 Hasil Koefisien Determinasi | 48 |
| Tabel 4 13 Hasil Uji T..... | 49 |

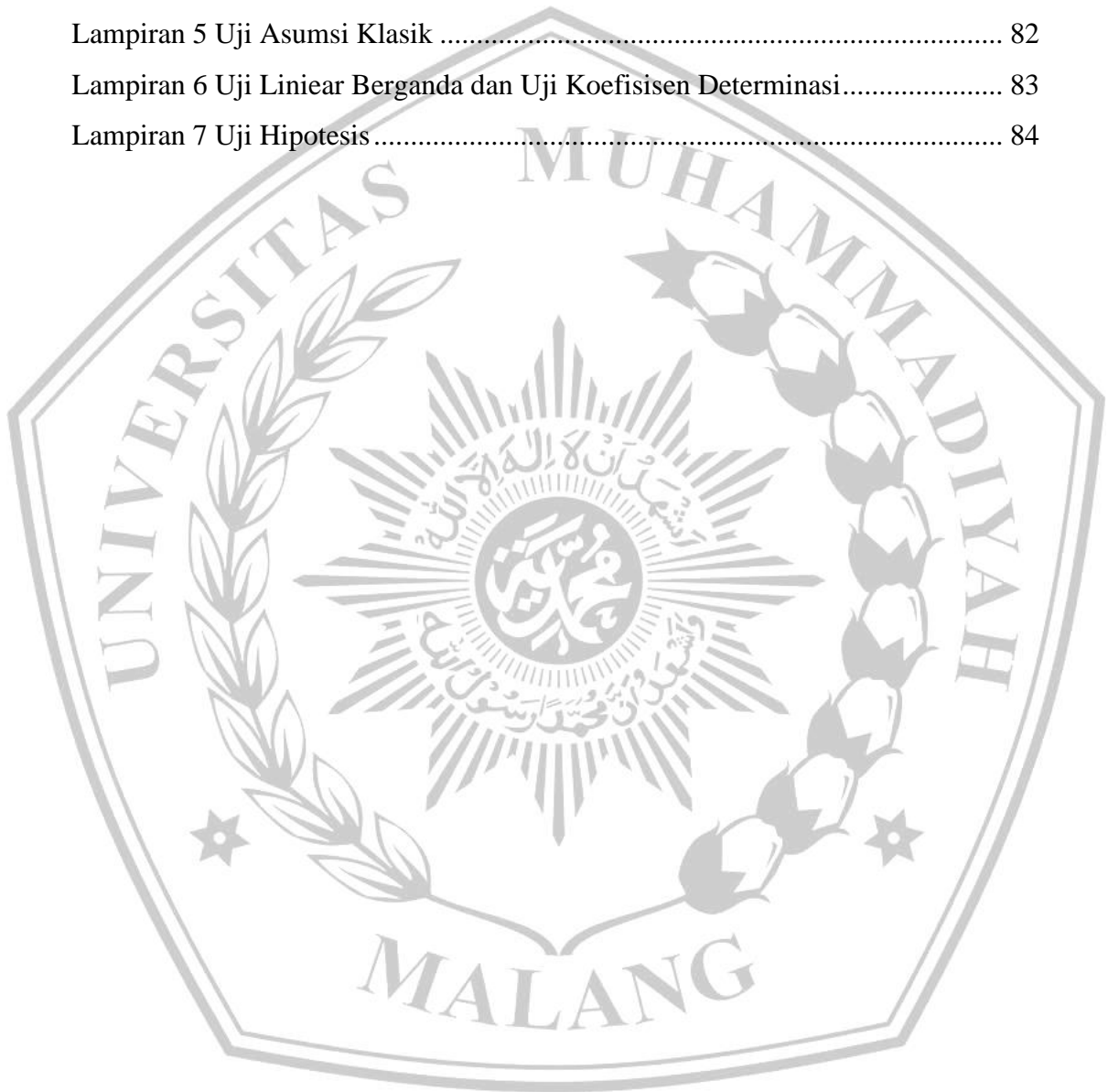
DAFTAR GAMBAR

| | |
|----------------------------------|----|
| Gambar 2. 1 Kerangka Pikir..... | 19 |
| Gambar 4. 1 Uji Normalitas | 37 |
| Gambar 4. 2 Uji P.Plot | 37 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|----|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian..... | 60 |
| Lampiran 2 Data Tabulasi..... | 63 |
| Lampiran 3 Karakteristik Responden..... | 76 |
| Lampiran 4 Uji Instrumen..... | 77 |
| Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik | 82 |
| Lampiran 6 Uji Linear Berganda dan Uji Koefisien Determinasi..... | 83 |
| Lampiran 7 Uji Hipotesis | 84 |



PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI PADA KONSUMEN SOMETHINC DI KOTA MALANG

ORIGINALITY REPORT

| | | | |
|------------------|------------------|--------------|----------------|
| 6% | 5% | 6% | 5% |
| SIMILARITY INDEX | INTERNET SOURCES | PUBLICATIONS | STUDENT PAPERS |

PRIMARY SOURCES

| | | |
|----------|--|-----------|
| 1 | ejurnal.umri.ac.id Internet Source | 3% |
| 2 | ojs.uph.edu Internet Source | 2% |
| 3 | Submitted to Ajou University Graduate School Student Paper | 2% |

Exclude quotes On
Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%

DAFTAR PUSTAKA

- Ardy, H., & Nugroho, R. (2022). Pengaruh Brand Image, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Emina Cosmetics Di Bravo Swalayan Bojonegoro. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7, 4820–4832.
- AG.Suyono,Sri Sukmawati, Pramono. 2012. *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Intidayu Press. Jakarta.
- Bowen,J., Kotler, P., &Makens, J. (1999). *Marketing for hospitality and tourism* (2nd ed). New Jersey: Prentice Hall.
- Campbell, Cockril dan Goode. 2010. *The Strategy and Tactics of Pricing*. New York: Kogan Page
- Ely Arinawati, S. P. (2021). *Penataan Produk*.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 17-32.
- Fairuz, M., & Nurjanah, S. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Sari Roti. *Jurnal Mahasiswa Institut Teknologi Dan Bisnis Kalbis* , 8(4).
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen Edisi 5, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro* (5th ed.). BP Universitas Diponegoro.
- Firmansyah. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek* (1st ed.). Qiara Media.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. . Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS (Center For Academic Publishing Service).

- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shoppe Di Mojokerto. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 31–42. <http://www.maker.ac.id/index.php/maker>
- Kotler, & Amstrong. (2016). *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Manajemen Pemasaran* (12th ed). Jakarta: PT. Indeks.
- Lia, P., Anggarani, P., Agung, A., Agung, P., Cempaka, N. P., & Atmaja, D. (2022). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame. *Jurnal EMAS*, 3(2), 36–45.
- Lina, W. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Kartu Prabayar Telkomsel Simpati Pada Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau. *Economic, Accounting and Business Journal*, 2(2), 413–418.
- Mahardika, I., & Rubiyanti, R. N. (2023). Pengaruh Brand Image, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Ms Glow Di Kota Karawang. *E-Proceeding of Management*, 10(1), 67–75.
- Miguna dan Nurhafifah Matondang. 2020. *Manajemen Pemasaran: UMKM dan Digital Sosial Media*. Yogyakarta: Deepublish.
- Nurliati, & Mardian, I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Smarthphone Xiaomi Pada Duta Cell Bima. *Jurnal Manajemen Dewantara Edisi*, 5(1), 78–92. <http://jurnal.ustjogja.ac.id>
- Purnamasari. 2015. *Panduan Menyusun Sop Standard Operating Procedure*. Jakarta: Kobis (Komunitas Bisnis)

- Puspitasari, D., Syafarudin, A., & Buana, U. M. (2021). Pengaruh Kepercayaan Merek, Citra Merek Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Perusahaan Pembiayaan Dengan Persepsi Kualitas Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Di Perumahan Jatinegara Indah Kecamatan Cakung). *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1, 147–167. <https://doi.org/10.46306/vls.v1i1>
- Ramdhani, D., & Widyasari, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Smartphone Oppo. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(3), 1651–1667.
- Ramli, Samsul. 2013: *Bacaan Wajib Para Praktisi Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah*, Jakarta: Visi media
- Stefanus, & Sutisna, N. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Camera CCTV Protech terhadap Minat Beli Konsumen PT. Profestama Tehnik Cemerlang di Alam Sutera Tangerang. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2). <https://doi.org/https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/pros>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sutiyono, R., & Brata., H. (2020). *The effect of prices, brand images, and after sales service reinforced bar steel products on consumer purchasing decisions of pt. krakatau wajatama osaka steel*. *Dinasti International Journal of Education Management and Social Science*, 1(6), 945–967.
- Taqiyya, Q., Simarmata, P., & Husniati, R. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Wardah Pada Mahasiswa Di DKI Jakarta. *Prosiding Biema*, 1, 656–666. www.paragon-innovation.com
- Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Andi.
- Wahyoedi, S., & Effendi, M. (2021). The Role Of Brand Image As Mediating Variable In The Influence Of Price And Promotion On Buying Interest (Study Case On Hyundai Electric Car). *International Journal of Science, Technology & Management*, 1743–1754. <http://ijstm.inarah.co.id>