

**DETERMINAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
MEREK FASHION LOKAL
(Studi Pada Konsumen Fashion Merek Erigo di Indonesia)**



SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan guna Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen**

Oleh :

GEMILANG JAYANTI

1952100065

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS VETERAN BANGUN NUSANTARA
SUKOHARJO
2023**

MOTTO

“Jangan merasa tertinggal, Setiap orang punya proses & rezekinya masing - masing”

(QS. Maryam : 4)

“Sesungguhnya Sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain. Dan hanya kepada tuhanmulah hendaknya kamu berharap”

(QS. Al-Insyirah : 6-8)

“Setiap hidup pasti ada prosesnya dan setiap proses pasti ada endingnya”

(Penulis)



PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan puji syukur atas Rahmat Allah SWT serta dengan kerendahan hati, skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Allah SWT yang telah memberi kesempatan dan umur panjang sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Untuk diri saya sendiri Gemilang Jayanti, terima kasih karena telah mau berjuang dan bertahan sampai saat ini, hingga mampu berada di titik ini.
3. Kedua orang tua saya Bapak Sunyoto dan Ibu Sumiyati yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan doa yang sangat luar biasa sehingga penulis mampu menyelesaikan penelitian ini serta menyelesaikan tugas akhir sebagai mahasiswa tahun ini.
4. Kakak tercinta Erin Nofiani yang siap sedia dalam mendengarkan keluhan saya, dan selalu memberikan dukungan dikala penat dalam proses pengerjaan skripsi ini.
5. Bapak Salman dan ibu Ariyani yang selalu senantiasa memberi dukungan dan bimbingan yang begitu berarti selama pengerjaan skripsi ini.
6. Sahabat dan teman-teman Angkatan 2019 yang sudah memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini. Terutama untuk teman saya Athalia, Nurraini, Melsa, yang telah memberikan dorongan untuk tetap yakin dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Almamater Universitas Veteran Bangun Nusantara.
8. Serta semua pihak yang sudah membantu kelancaran proses pengerjaan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

KATA PENGANTAR

Segala puji Syukur kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan Rahmat dan karunia-nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “DETERMINASI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MEREK FASHION LOKAL (Studi Pada Konsumen Fashion Merek Erigo di Indonesia)”. Skripsi ini disusun untuk melengkapi Sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Veteran Bangun Nusantara.

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini tidak akan terwujud tanpa keterlibatan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis perlu menyampaikan ucapan terima kasih dengan penghargaan setulus-tulusnya kepada pihak yang telah membantu sehingga penulisan skripsi ini terlaksana dengan lancar, yakni kepada :

1. Gustita Arnawati Putri, SE., M.Si. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Veteran Bangun Nusantara, yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian skripsi.
2. Ardian Prima Putra,S.E., M.M. Ketua Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Veteran Bangun Nusantara.
3. Salman Faris Insani, S.E.,M.M. Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dengan cermat dan arahan dari awal sampai terselesaikannya skripsi ini.

4. Ariyani Wahyu Wijayanti, S.E., M.M. Pembimbing II yang telah membimbing dan mendukung skripsi ini.
5. Segenap dosen pengajar dan staff karyawan Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Veteran Bangun Nusantara
6. Seluruh konsumen Erigo yang telah bersedia menjadi responden selama pelaksanaan penelitian.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah membantu penulisa dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari adanya akan kekurangan penyusunan skripsi ini. Mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun. Penulis berharap semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Sukoharjo,

2023

Penulis

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN UMUM

Sebagai civitas akademik Fakultas Ekonomi Universitas Veteran Bangun Nusantara, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Gemilang Jayanti

Nim : 1952100065

Progam Studi : Manajemen

Jenis Karya : Skripsi

Demi kepentingan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Fakultas Ekonomi Universitas Veteran Bangun Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-Exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul : **“DETERMINAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MEREK FASHION LOKAL (Studi Pada Konsumen Fashion Merek Erigo di Indonesia) “**. Beserta perangkat yang ada (Jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Fakultas Ekonomi Universitas Veteran Bangun Nusantara berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Sukoharjo
Pada Tanggal :

nyatakan

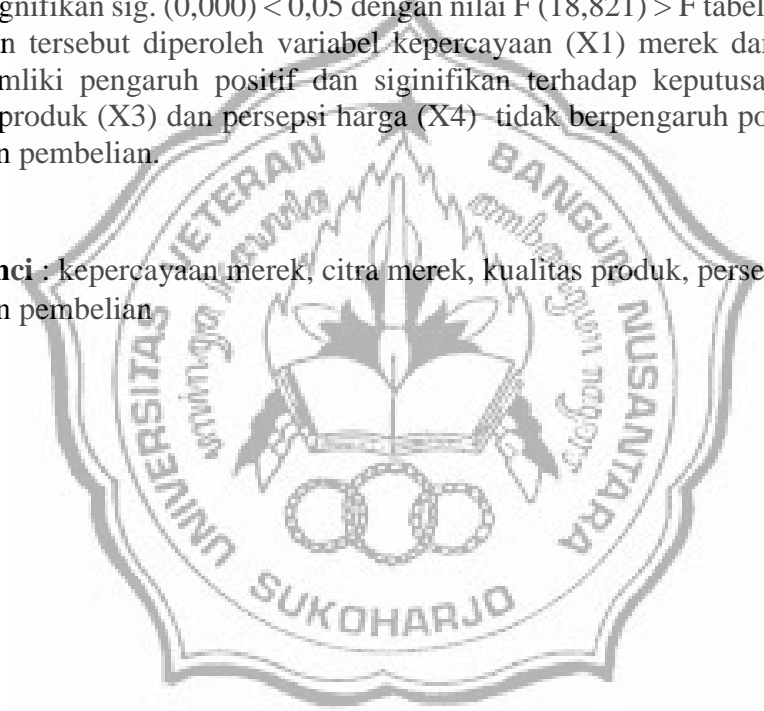


Jayanti
NIM. 1952100065

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui mengetahui kepercayaan merek, citra merek, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada fashion merek Erigo di Indonesia. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dengan pengambilan sampel dilakukan dengan metode non-probability sampling. Dengan sumber data primer yang diperoleh dengan menyebarkan 132 kuesioner kepada responden. Dengan jumlah 123 responden yang memenuhi kriteria pernah membeli produk fashion Erigo selama kurang dari 6 bulan terakhir. Data yang layak dianalisis sebanyak 118 kuesioner. Dari penelitian nilai F pada perhitungan keputusan pembelian, dimana hasil diperoleh lebih rendah dengan nilai tingkat signifikan sig. (0,000) < 0,05 dengan nilai F (18,821) > F tabel. Berdasarkan penjelasan tersebut diperoleh variabel kepercayaan (X1) merek dan citra merek (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk (X3) dan persepsi harga (X4) tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

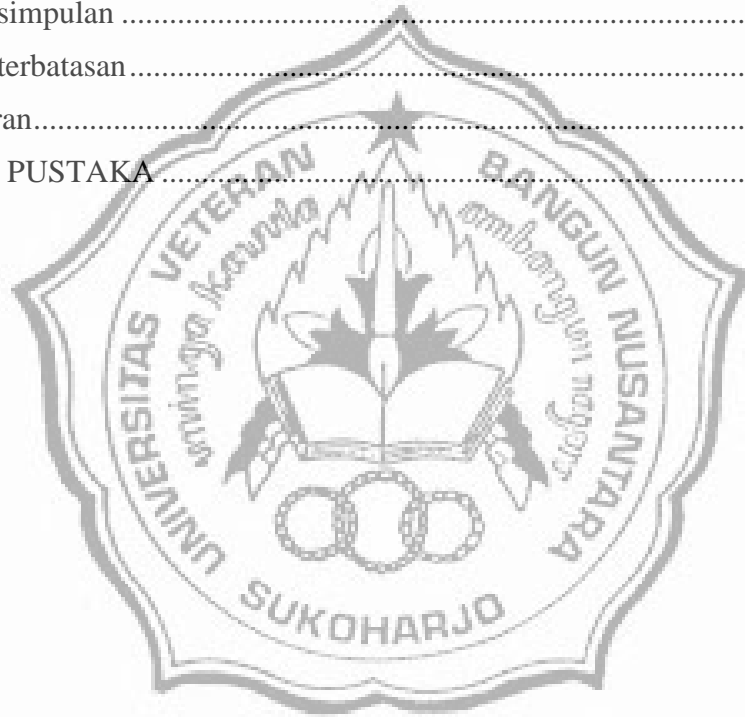
Kata kunci : kepercayaan merek, citra merek, kualitas produk, persepsi harga dan keputusan pembelian



DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN UMUM.....	ix
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
<u>BAB I</u> PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Penulisan Skripsi	8
<u>BAB II</u> KAJIAN TEORITIS.....	11
A. Kajian teoritis	11
B. Hasil Penelitian Yang Relevan	16
C. Kerangka Berfikir.....	17
D. Pengembangan Hipotesis	18
<u>BAB III</u> METEDOLOGI PENELITIAN	22
A. Tempat dan Waktu Penelitian	22
B. Metode penelitian.....	22
C. Populasi dan Sampling.....	22

D. Desain Penelitian.....	23
E. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	24
F. Metode Analisis Data.....	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	32
A. Analisis Deskriptif	32
B. Uji Instrumen Penelitian	40
C. Uji Hipotesis	42
D. Pembahasan Hasil Analisis	44
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	48
A. Kesimpulan	48
B. Keterbatasan.....	48
C. Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA.....	51



DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Estimasi data Penjualan Merek Fashion Kategori Terlaris.....	2
Tabel II. 1 Posisi Studi	16
Tabel IV. 1 Hasil Data Lapangan.....	32
Tabel IV. 2 Karakteristik Sampel.....	33
Tabel IV. 3 Deskripsi Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepercayaan Merek	34
Tabel IV. 4 Deskripsi Tanggapan Responden pada Variabel Citra Merek.....	36
Tabel IV. 5 Deskripsi Tanggapan Responden pada Variabel Kualitas Produk	37
Tabel IV. 6 Deskripsi Tanggapan Responden pada Variabel Persepsi Harga	38
Tabel IV. 7 Deskripsi Tanggapan Responden pada Variabel Keputusan Pembelian	39
Tabel IV. 8 Nilai Measure of sampling Adequacy (KMO MSA).....	40
Tabel IV. 9 Hasil Faktor Analisis	41
Tabel IV. 10 Hasil Uji Reliabilitas.....	42
Tabel IV. 11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	42
Tabel IV. 12 Ringkasan Hipotesis	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian 17



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	56
Lampiran 2 Data Penelitian.....	61
Lampiran 3 Data Karakteristik Responden.....	66
Lampiran 4 Data Tanggapan Responden.....	68
Lampiran 5 Uji Validitas.....	76
Lampiran 6 Uji realibilitas.....	77
Lampiran 7 Dokumentasi.....	82

