

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI PRODUK
LOGAM MULIA DI PT. PEGADAIAN PERSERO
(Kajian Pada Nasabah Pegadaian Cabang Pasar Ciputat)

SKRIPSI



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Nama : Odie Wisandra

Nim 43116120282

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2023

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI PRODUK
LOGAM MULIA DI PT. PEGADAIAN PERSERO
(Kajian Pada Nasabah Pegadaian Cabang Pasar Ciputat)

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana

Jakarta



Nama : Odie Wisandra

NIM 43116120282

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA

2023

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Nama : Odie Wisandra

Nim : 43116120282

Program Studi : S1 Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap
Keputusan Membeli Produk Logam Mulia di PT. Pegadaian
Persero (Kajian Pada Nasabah Pegadaian Cabang Pasar Ciputat)

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

MERCU BUANA

Jakarta, 2 Maret 2023



Odie Wisandra

NIM: 43116120282

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Odie Wisandra
NIM : 43116120282
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Membeli Produk Logam Mulia di PT. Pegadaian Persero (Kajian Pada Nasabah Pegadaian Cabang Pasar Ciputat)
Tanggal Sidang : 29 September 2021

Disahkan oleh :

Pembimbing



Febrina Mahliza, S.E., M.Si

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 10232983



Please Scan QRCode to Verify

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Membeli Produk Logam Mulia di PT. Pegadaian Persero (Kajian Pada Nasabah Pegadaian Cabang Pasar Ciputat). Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah pengguna produk logam mulia Cabang Pasar Ciputat yang berjumlah sebanyak 126 orang. Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling yaitu peneliti secara sengaja menentukan personil yang dianggap tepat menjadi sampel dengan tanpa melakukan random terlebih dahulu. Berdasarkan metode purposive sampling, maka sampel penelitian yang akan diambil dari jumlah populasi adalah 126 responden. Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner. Metode analisis data menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS). Penelitian ini membuktikan harga, kualitas produk, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini membuktikan bahwa tingginya faktor harga, kualitas produk, dan citra merek yang ada dapat meningkatkan keputusan pembelian.

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

ABSTRACT

This study aims to find out and analyze the influence of Product Quality, Price, and Brand Image On The Decision to Buy Precious Metal Products at PT. Pegadaian Persero (Study on Pawnshop Customers Ciputat Market Branch). The population in this study is customers of precious metal products Ciputat Market Branch which amounts to 126 people. This study uses purposive sampling method that researchers deliberately determine the personnel that is considered appropriate to be simple without doing random first. Based on purposive sampling method, the research sample to be taken from the population is 126 respondents. In this study, data collection was conducted through questionnaires. The data analysis method uses the Partial Least Square (PLS) method. This research proves that price, product quality, and brand image have a positive and significant effect on purchasing decisions. This proves that the high price factor, product quality, and brand image can improve purchasing decisions.

Keyword: Priced , Product Quality, Brand Image, Purchase Decision.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT serta atas segala rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi yang berjudul: “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Membeli Produk Logam Mulia di PT Pegadaian (Persero) (Kajian pada Nasabah Pegadaian Cabang Pasar Ciputat)”.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Ibuk Febrina Mahliza S.E.,M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis haturkan alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterimakasih pada seluruh pihak yang telah membantu pada penyusunan proposal ini terutama kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Adik tercinta serta keluarga besar yang telah memberikan semangat, doa, dukungan, motivasi, pengertian dan kasih sayang yang tiada batasnya sehingga penulis bisa mencapai pendidikan hingga saat ini

2. Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, M.Si., selaku Rektor Universitas Mercu Buana, Jakarta.
3. Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Jajaran Program studi manajemen S1, Bapak Dr.H.Sonny Indra Jaya selaku kaprodi manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Bapak Eri Marlapa, SE, MM selaku sekretaris program studi Manajemen S1..
5. Dr. H. Sonny Indrajaya. MM selaku Ketua Penguji dan Amzad Samudro, SE., MM selaku anggota penguji.
6. Seluruh Dosen dan Staff Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya yang telah diberikan kepada kami. Semoga di hadapan Allah amal jariyah Bapak/Ibu. Amin.
7. Teristimewa, Istri tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak motivasi dalam menyelesaikan proposal skripsi in Pihak-pihak lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.
8. Seluruh dosen dan staff Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada penulis.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 2 Maret 2023



Odie Wisandra



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	14
1. Tujuan Penelitian	14
2. Manfaat Penelitian	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS ..	15
A. Kajian Pustaka.....	15
1. Manajemen Pemasaran	15
2. Bauran Pemasaran.....	17
3. Harga.....	18
a. Definisi Harga.....	18
b. Dimensi dan Indikator Harga	20
4. Produk.....	21
a. Pengertian Produk.....	21
b. Pengertian Kualitas Produk.....	22
c. Dimensi dan Indikator Kualitas Produk.....	23
5. Citra Merek	25
a. Pengertian Citra Merek.....	25
b. Membangun Citra Merek yang Kuat.....	26
c. Dimensi dan Indikator Citra Merek	27
6. Keputusan Pembelian.....	28
a. Pengertian Keputusan Pembelian.....	28
b. Dimensi dan Indikator Pengambilan Keputusan Pembelian	30
B. Penelitian Terdahulu	33
C. Rerangka Berpikir	36
D. Hipotesis	37
1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	37
2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	38
3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
A. Waktu dan Tempat Penelitian	40
B. Desain Penelitian.....	40
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	41
1. Definisi Variabel.....	42
a. Variabel Bebas (independent variabel).....	42

b. Variabel Terikat (dependent variabel)	44
2. Operasional Variabel.....	44
D. Skala Pengukuran Variabel.....	46
E. Populasi dan Sample Penelitian	47
1. Populasi Penelitian.....	48
2. Sampel dan Metode Pengambilan Sampel.....	48
F. Teknik Pengumpulan Data.....	49
1. Teknik Survei.....	50
2. Observasi.....	50
3. Studi Pustaka.....	50
G. Metode Analisis Data.....	51
1. Analisis Statistik Deskriptif	51
2. Analisis Partial Least Square (PLS).....	52
3. Langkah – Langkah Pengujian Analisis PLS.....	52
a. Evaluasi <i>Measurement (Outer Model)</i>	52
b. Model Struktural atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>).....	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	58
A. Analisis Deskriptif	58
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	58
2. Deskripsi Responden.....	60
3. Deskripsi Variabel.....	61
a. Deskripsi Variabel Harga (X1)	61
Dilihat dari tabel 4.2 di atas untuk indeks tertinggi pada pernyataan HG5 (4.268) yakni “Pegadaian selalu memberikan promo/Cashback harga pembelian Logam Mulia” yang dapat diartikan bahwa responden setuju atas pemberian promo/cashback yang diberikan oleh PT. Pegadaian (Persero). Sedangkan untuk indeks terendah pada pernyataan HG4 (4.142) yakni “Pegadaian memberikan informasi harga yang ditawarkan” yang artinya bahwa responden belum cukup setuju atas berbedanya harga ditawarkan.	62
1. Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X2)	62
b. Deskripsi Variabel Citra Merek (X3).....	63
c. Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	64
B. Analisis Data	65
1. Uji Kualitas Data.....	65
1.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	65
2. Analisis <i>Partial Least Square</i>	67
2.1 Evaluasi <i>Measurement Model (Outer Model)</i>	67
2.2 Model Struktural atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>).....	75
3. Pembahasan.....	84
3.1 Hubungan Antara Harga Dan Keputusan Pembelian.....	84
3.2 Hubungan Antara Kualitas Produk Dan Keputusan Pembelian	85
3.3 Hubungan Antara Citra Merek Dan Keputusan Pembelian	85
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	87
A. Simpulan.....	87
B. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	96

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Penjualan Logam Mulia Pegadaian	11
Tabel 1. 2	Hasil Pra Survey Faktor Keputusan Pembelian	12
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3. 1	Operasional Variabel Harga	45
Tabel 3. 2	Operasional Variabel Kualitas Produk	45
Tabel 3. 3	Operasional Variabel Citra Merek	46
Tabel 3. 4	Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian	46
Tabel 3.5	Instrument Skala Likert	47
Tabel 3. 6	Rule of Thumb Validitas Outer Model Reflektif	53
Tabel 3. 7	Rule of Thumb Realibilitas Outer Model Reflektif	54
Tabel 3. 8	Rule of Thumb Validitas Outer Model Reflektif	57
Tabel 4. 1	Karakteristik Responden	60
Tabel 4. 2	Distribusi Frekuensi Variabel Harga (X1)	62
Tabel 4. 3	Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk (X2)	61
Tabel 4. 4	Distribusi Frekuensi Variabel Citra Merek (X3)	63
Tabel 4. 5	Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	64
Tabel 4. 6	Uji Instrument Penelitian	66
Tabel 4. 7	Hasil Uji Convergent Validity	68
Tabel 4. 8	Hasil Uji Discriminant Validity – Fornell Larcker Criterion	70
Tabel 4. 9	Hasil Uji Discriminant Validity – Cross Loadings	73
Tabel 4. 10	Hasil Uji Construct Reliability	75
Tabel 4. 11	Multicollinearity (VIF)	76
Tabel 4. 12	Rekapitulasi Pengujian	78
Tabel 4. 13	Hasil Uji Koefisien Determinasi	81
Tabel 4. 14	Hasil Uji f Square	82
Tabel 4. 15	Hasil Uji Predictive relevance (Q ²)	82
Tabel 4. 16	Hasil Uji Model Fit	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perkembangan Harga Emas	3
Gambar 1. 2 Pertumbuhan Nasabah Logam Mulia PT. Pegadaian (Persero)	6
Gambar 1. 3 Daftar Pesaing Perusahaan, Market Share di Indonesia	8
Gambar 2. 1 Rerangka Konseptual	36
Gambar 4. 1 Hasil Uji Convergent Validity	68
Gambar 4. 2 Hasil Uji Convergent Validity (Modifikasi 1)	71
Gambar 4. 3 Hasil Pengujian Bootstrapping	79



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	93
Lampiran 2	Data Penelitian	100
Lampiran 3	Uji Instrument Penelitian	103
Lampiran 4	Hasil Uji Skewness dan Kurtosis	104
Lampiran 5	Multicollinearity (VIF)	104
Lampiran 6	Hasil Uji Convergent Validity	105
Lampiran 7	Hasil Uji Discriminant Validity – Fornell Larcker Criterion	106
Lampiran 8	Hasil Uji Discriminant Validity – Fornell Larcker Criterion (Modifikasi)	106
Lampiran 9	Hasil Uji Convergent Validity (Modifikasi)	107
Lampiran 10	Hasil Uji Discriminant Validity – Cross Loadings	108
Lampiran 11	Hasil Uji Discriminant Validity – HTMT	108
Lampiran 12	Hasil Uji Construct Reliability	109
Lampiran 13	Hasil Uji Koefisien Determinasi	109
Lampiran 14	Hasil Uji f^2 Square	109
Lampiran 15	Hasil Uji Predictive relevance (Q^2)	109
Lampiran 16	Hasil Uji Model Fit	109

