

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KESADARAN MEREK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**  
(Survei Pada Konsumen *Screamous* Kota Bandung)

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian  
Dari Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen



Disusun Oleh:

**MUHAMMAD ARI DWI RAMDANI**

**NIM. 20200510278**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KUNINGAN  
2024**

## LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

### PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KESADARAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Survei pada Konsumen Scremous kota Bandung)

Disusun Oleh :

**MUHAMMAD ARI DWI RAMDANI**

**NIM. 20200510278**

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 09 Oktober 2024 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

#### Susunan Dewan Penguji

Penguji I,



**Dr. H Ayus Ahmad Yusuf, S.E., M. Si**  
NIP. 196110221986031002

Penguji II,



**Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy**  
NIK. 41038091296

Penguji III,



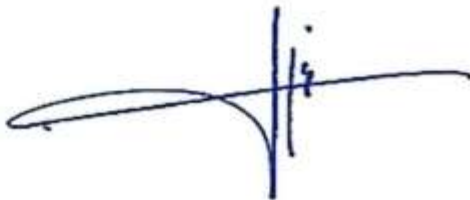
**Tatang Rois, S.E., M.Si**  
NIK. 41038091295

**LEMBAR PERSETUJUAN**  
**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KESADARAN**  
**MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**  
(Survei Pada Konsumen Screamous Kota Bandung)

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING

Kuningan, Juni 2024

Pembimbing I



Dr. Lili Karmelia Fitriani, M.Si  
NIK. 41038971054

Pembimbing II



Tatang Rols, S.E., M.Si  
NIK. 410380091295

*Mengetahui,*

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Kuningan,



Dr. Lili Karmela F., S.E., M.Si.  
NIK. 41038971054

Kepala Program Studi Manajemen  
Universitas Kuningan,



Dr. Rina Masruroh, SE., ME.Sy  
NIK. 41038091296

## LEMBAR PERNYATAAN OTENTITAS

Dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab, saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KESADARAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri.

Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Saya telah mengikuti semua tata cara penulisan skripsi yang telah ditetapkan oleh Universitas Kuningan, termasuk dalam hal penulisan kutipan dan daftar pustaka.

Saya menyadari bahwa pelanggaran terhadap etika keilmuan merupakan tindakan tercela yang dapat dikenai sanksi berat. Oleh karena itu, saya dengan tegas menyatakan bahwa saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini.

Saya juga menyadari bahwa klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini dapat mengakibatkan proses hukum. Oleh karena itu, saya menyatakan bahwa saya bertanggung jawab penuh atas segala konsekuensi yang timbul dari adanya klaim tersebut.

Kuningan, Mei 2024

Yang membuat Pernyataan



**Muhammad Ari Dwi Ramdani**  
NIM. 20200510278

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

*"orang lain gak akan bisa paham struggle dan massa sulit nya kita mereka ingin tahu hanya bagian succes stories. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun gak ada yang tepuk tangan kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini. Tetap berjuang dan semangat ya!"*

### **PERSEMBAHAN**

*"Untuk Ayah dan Ibu, sumber kasih sayang dan doa tak henti, skripsi ini kupersembahkan sebagai wujud bakti dan terima kasih."*

## ABSTRAK

Muhammad Ari Dwi Ramdani. 20200510278. 2020. Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen *Screamous* Kota Bandung). Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan. Dibimbing oleh : Dr. Lili Karmelia Fitriani, M.Si. dan Tatang Rois, S.E.,M.Si

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Screamous*. Metode yang digunakan yaitu metode survei dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden dengan rumus *Lemeshow*, menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu penentuan responden dari populasi dengan kriteria yang telah ditentukan. Uji validitas instrumen, sedangkan uji reliabilitasnya menggunakan Alpha Cronbach. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian menemukan bahwa: (1) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai  $t_{hitung} (4,455) > t_{tabel} (1,985)$  dengan taraf signifikan  $0,000 < 0,05$ . (2) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai  $t_{hitung} (6,014) > t_{tabel} (1,985)$  dengan taraf signifikan  $0,000 < 0,05$ . (3) Kesadaran merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai  $t_{hitung} (9,862) > t_{tabel} (1,985)$  dengan taraf signifikan  $0,000 < 0,05$ . (4) Harga, kualitas produk dan kesadaran merek memiliki pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian dengan nilai  $F_{hitung}$  adalah  $198,225 > F_{tabel} 3,08$  dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$

Kata Kunci : **Harga, Kualitas Produk, Kesadaran Merek, Keputusan Pembelian**

## **ABSTRACT**

*Muhammad Ari Dwi Ramdani. 20200510278. 2020. The Effect of Price, Product Quality and Brand Awareness on Purchasing Decisions (Survey on Screamous Consumers in Bandung City). Management Study Program, Faculty of Economics and Business, University of Kuningan. Supervised by: Dr. Lili Karmelia Fitriani, M.Si. and Tatang Rois, S.E., M.Si..*

*The purpose of this study was to determine the effect of price, product quality and brand awareness on purchasing decisions for Screamous products. The method used is a survey method with a descriptive and verification approach. The population used in this study were 100 respondents with the Lemeshow formula, using purposive sampling method, namely determining respondents from the population with predetermined criteria. Instrument validity test, while the reliability test uses Alpha Cronbach. The analysis technique used is multiple regression analysis. The results of the study found that: (1) Price has a positive and significant effect on purchasing decisions with a tcount value (4.455) > t table (1.985) with a significant level of 0.000 < 0.05. (2) Product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions with a tcount value (6,014) > t table (1,985) with a significant level of 0.000 < 0.05. (3) Brand awareness has a positive and significant effect on purchasing decisions with a tcount value (9.862) > ttable (1.985) with a significant level of 0.000 < 0.05. (4) Price, product quality and brand awareness have a simultaneous influence on purchasing decisions with an Fcount value of 198,225 > Ftable 3.08 with a significant level of 0.000 < 0.05.*

*Keywords: Price, Product Quality, Brand Awareness, Purchase Decision*

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KESADARAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**”

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, masih banyak kesalahan dan kekurangan yang penulis perbuat sebagai akibat dari pengetahuan penulis yang terbatas. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat konstruktif sangat penulis harapkan demi perbaikan selanjutnya.

Kuningan, Mei 2024

Yang membuat Pernyataan

**Muhammad Ari Dwi Ramdani**  
**NIM. 20200510278**



## UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena dengan rahmat, karunia, serta taufik dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan baik dan lancar. skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk mengikuti sidang pra-skripsi program studi Manajemen di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Kuningan.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak. Baik berupa bimbingan, saran, keterangan kritik dan saran baik secara tertulis maupun lisan. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua tercinta Wawan Tri Mulyawan dan Ibu Yeni Sri Wahyuni yang telah memberikan segala bantuan baik berupa moril maupun materil yang tidak ternilai.
2. Ibu Dr. Hj. Lili Karmela F, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan sekaligus sebagai Pembimbing I yang telah menyediakan waktu dan pikirannya dalam mengarahkan, membimbing, dan membina penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Bapak Tatang Rois, S.E., M., selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktu dan pikirannya dalam mengarahkan, membimbing, dan membina penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Ibu Dr. Rina Masruroh, S.E., ME.Sy., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
5. Bapak Faisal Rahimi, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Seluruh Dosen beserta Staf TU Fakultas Ekonomi Universitas Kuningan, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
7. Evi Silviani, seseorang yang menemani penulis dalam keadaan suka maupun duka, dan selalu menadi support system penulis pada hari yang tidak mudah selama proses pengerjaan skripsi, terimakasih atas dukungan, semangat, tenaga yang telah sabar menghadapi penulis, terimakasih telah menemani bagian perjalanan penulis .

8. Teman-teman Manajemen Angkatan 2020 Kelas XI dan XII atas bantuannya dan memberikan masukan untuk skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dan dukungan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
10. Semoga Allah SWT membalas kebaikan yang telah diberikan kepada penulis, sehingga penulis mampu melewati masa-masa sulit ini dengan baik. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan bagi kita semua, khususnya bagi penulis dan umumnya bagi para pembaca sekalian. Aamiin Ya Robbal'alamiin.

Kuningan, Mei 2024

Yang membuat Pernyataan

**Muhammad Ari Dwi Ramdani**  
**NIM. 20200510278**

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI</b>	
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b>	
<b>LEMBAR PERNYATAAN OTENTITAS</b>	
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>UCAPAN TERIMAKASIH.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI,KERANGKA BERFIKIR &amp; HIPOTESIS .....</b>	<b>9</b>
2.1 Landasan Teori .....	9
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	22
2.3 Penelitian Terdahulu.....	24
2.4 Kerangka Berpikir .....	28
2.5 Hipotesis .....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
3.1 Metode Penelitian.....	31
3.2 Operasional Variabel.....	31
3.3 Populasi Dan Sampel.....	34
3.4 Teknik pengumpulan data .....	36
3.5 Teknik Analisis Data .....	37
3.6 Uji Instrumen.....	39

3.7	Uji Asumsi Klasik .....	43
3.8	Uji Analisis Regresi Berganda .....	45
3.9	Uji Hipotesis.....	46
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>49</b>
4.1	Objek Penelitian .....	49
4.2	Gambaran Karakteristik Responden Penelitian.....	50
4.3	Teknik Analisis Data .....	53
4.4	Uji Asumsi Klasik .....	60
4.5	Analisis Regresi Berganda .....	63
4.6	Uji Hipotesis.....	65
4.7	Pembahasan .....	68
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>73</b>
5.1	KESIMPULAN .....	73
5.2	SARAN.....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>75</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>79</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Industri Kreatif Fashion di Kota Bandung.....	4
Tabel 1. 2 Market Share Distro Tahun 2020 - 2022 .....	5
Tabel 1. 3 Data Penjualan T-Shirt Distro Screamous .....	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	24
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	32
Tabel 3. 2 Skala Semantik Diferensial .....	36
Tabel 3. 3 Uji Validitas Variabel Harga ( $X_1$ ).....	40
Tabel 3. 4 Uji Validitas Variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ).....	40
Tabel 3. 5 Uji Validitas Variabel Kesadaran Merek ( $X_3$ ) .....	41
Tabel 3. 6 Uji Validitas Variabel keputusan Pembelian (Y).....	42
Tabel 3. 7 Uji Reliabilitas .....	43
Tabel 4. 1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	50
Tabel 4. 2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4. 3 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	52
Tabel 4. 4 Statistik Deskriptif Harga ( $X_1$ ) .....	53
Tabel 4. 5 Statistik Deskriptif Kualitas Produk ( $X_2$ ).....	55
Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif Kesadaran Merek ( $X_3$ ) .....	57
Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian (Y).....	58
Tabel 4. 8 Uji Normalitas.....	61
Tabel 4. 9 Uji Multikolinearitas .....	61
Tabel 4. 10 Uji Heteroskedastisitas.....	62
Tabel 4. 11 Uji Regresi Berganda.....	63
Tabel 4. 12 Model Summary.....	65
Tabel 4. 13 Uji F (Simultan) .....	66
Tabel 4. 14 Uji T Statistik.....	67

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir .....	29
Gambar 4. 1 Logo <i>Brand Screamous</i> .....	49
Gambar 4. 2 Diagram Lingkaran Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Gambar 4. 3 Diagram Lingkaran Berdasarkan Usia .....	51
Gambar 4. 4 Diagram Batang Berdasarkan Pekerjaan.....	52