

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI ZARA  
CENTRAL PARK**

**(Studi Kasus Pada Pengunjung Mall Central Park Jakarta Barat)**

**SKRIPSI**

**Program Studi Manajemen – Strata 1**



**Oleh:**

**NAMA : Alfi Hoiroh**

**NIM : 041601503125198**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA  
JAKARTA**

**2020**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI ZARA  
CENTRAL PARK**

**(Studi Kasus Pada Pengunjung Mall Central Park Jakarta Barat)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar**

**SARJANA MANAJEMEN**



**Oleh:**

**NAMA : Alfi Hoiroh**

**NIM : 041601503125198**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA  
JAKARTA**

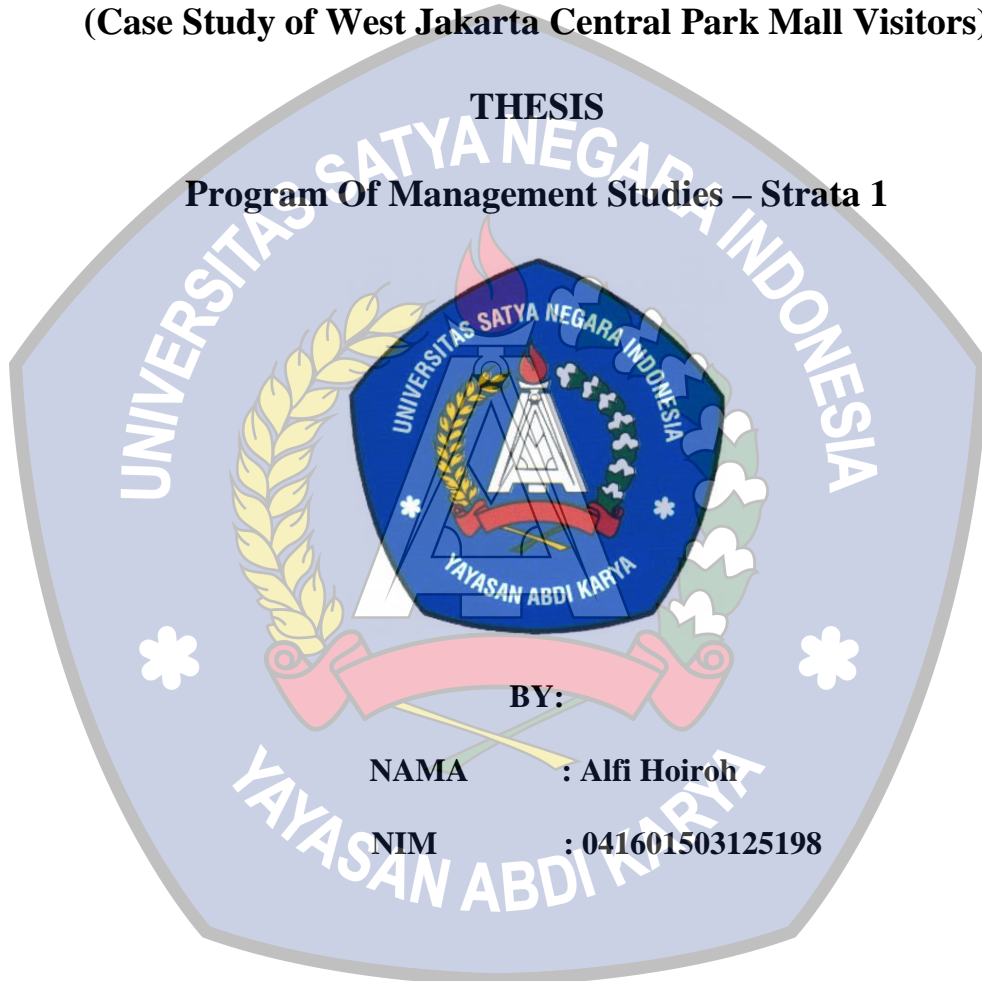
**2020**

**THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE AND BRAND  
IMAGE ON PURCHASING DECISIONS IN ZARA CENTRAL  
PARK**

**(Case Study of West Jakarta Central Park Mall Visitors)**

**THESIS**

**Program Of Management Studies – Strata 1**



**BY:**

**NAMA : Alfi Hoiroh**

**NIM : 041601503125198**

**FACULTY ECONOMICS AND BUSINESS  
SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY  
JAKARTA**

**2020**

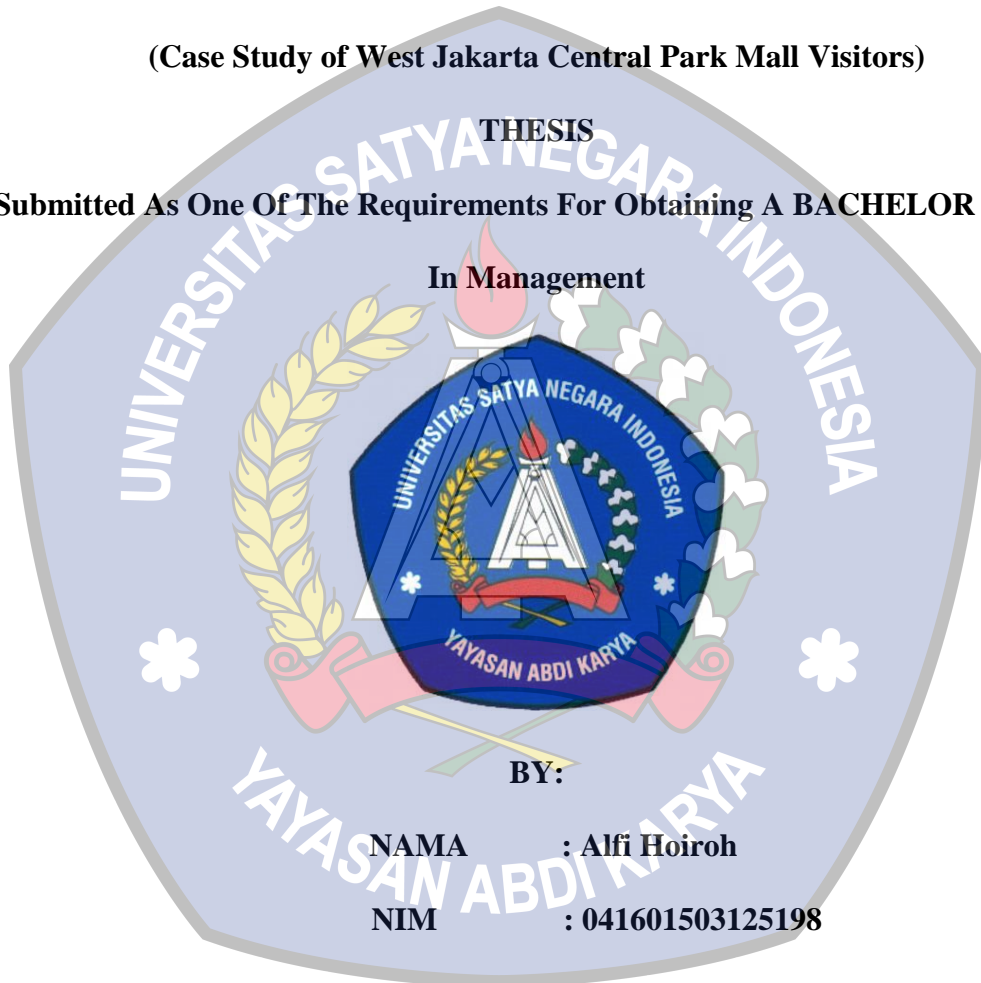
**THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE AND BRAND  
IMAGE ON PURCHASING DECISIONS IN ZARA CENTRAL  
PARK**

**(Case Study of West Jakarta Central Park Mall Visitors)**

**THESIS**

**Submitted As One Of The Requirements For Obtaining A BACHELOR Degree**

**In Management**



**BY:**

**NAMA : Alfi Hoiroh**

**NIM : 041601503125198**

**FACULTY ECONOMICS AND BUSINESS  
SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY  
JAKARTA**

**2020**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Alfi Hoiroh

NIM : 041601503125198

Program Studi : Manajemen – Strata 1

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 06 Agustus 2020



Alfi Hoiroh

(041601503125198)

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

NAMA : Alfi Hoiroh  
NIM : 041601503125198  
JURUSAN : MANAJEMEN  
KONSENTRASI : PEMASARAN  
JUDUL SKRIPSI : "PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN  
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN DI ZARA CENTRAL PARK (Studi Kasus  
Pada Pengunjung Mall Central Park)"  
TANGGAL UJIAN : Selasa, 18 Agustus 2020

Jakarta, 06 Agustus 2020

Dosen Pembimbing II

Dosen Pembimbing I

Dr. Arifin Siagian, SE., MM

Dr. Subagiyo, SE., MM

Dekan

Ketua Jurusan

GL. Hery Prasetya, SE., MM

Yuslinda Nasution, SE., MM

**LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(STUDI PADA PENGUNJUNG MALL CENTRAL PARK)**

**OLEH :**

**NAMA : ALFI HOIROH**

**NIM : 041601503125198**

Telah dipertahankan di depan Penguji pada tanggal 18 Agustus 2020

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

**Ketua Penguji / Pembimbing I**

**(Dr. Subagiyo, SE., MM)**

**Anggota Penguji**

**(Agus Wahyono, SE, MM)**

**Anggota Penguji**

**(Yuslinda Nasution, SE, MM)**

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat ALLAH SWT atas berkah, rahmat, dan hidayahnya yang senantiasa dilimpahkan kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI ZARA CENTRAL PARK (STUDI KASUS PADA PENGUNJUNG MALL CENTRAL PARK JAKARTA BARAT)”** sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Satya Negara Indonesia.

Dalam penyusunan skripsi ini banyak hambatan serta rintangan yang peneliti hadapi namun pada akhirnya peneliti dapat melaluinya berkat bimbingan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak baik secara moral maupun spiritual. Untuk itu pada kesempatan ini peneliti menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Allah SWT, berkat rahmat, dan hidayah-nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Ibu Dra. Merry L. Panjaitan, M.M, MBA, selaku Rektor Universitas Satya Negara Indonesia.
3. Bapak GL. Herry Prasetya, SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Satya Negara Indonesia
4. Ibu Yuslinda Nasution, SE, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas dan Bisnis Ekonomi.



5. Bapak Dr. Subagiyo, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing Skripsi I dosen yang baik, sabar, dan memiliki aura tenang yang telah membimbing peneliti dan memberikan materi serta waktunya sehingga skripsi ini berjalan dengan baik.
6. Bapak Dr. Arifin Siagian, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing Skripsi II yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan penjelasan dalam skripsi ini hingga selesai.
7. Seluruh Dosen Universitas Satya Negara Indonesia yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada peneliti serta seluruh staff yang tidak bisa peneliti disebutkan satu persatu.
8. Keluarga penulis, kedua orang tua yaitu Bapak “Moh Rosidi” dan Ibu “Warisah” dan Adik “Malik Ibrahim dan Mohamad Farid” terima kasih atas segala dukungan dan doa yang tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga senantiasa Allah swt selalu menjaga dan merahmai kalian semua.
9. Seluruh teman KEBESMEN (Surya Handsome, Dany Boy, Toby Daniel, Yudi Rezaldi, Resadi Iswardani, Rizki Ardiansyah, Aldi Hanafiadi, Tri Bagas, Bahriansyah Irlandi, Abdul Roby, Rahmad Wahid, Benediktus Rudianto, Dori Pratama, Lutfi Alfarisy, Arhan Alfiansyah, Hazmi Hermaini, Safruddin) yang mendukung dan selalu mensupport saya hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

10. Teman-teman seperjuangan Agung Jumurung, Muhammad Al Afpi, Diajeng Diah Rafika, Alivia Ais Febriani, Hanifah Nur Alifia, Napitupulu Yohana Pertiwi, Eka Purnama Sari, Ananda Nasyatul Khoirunnissa, Hany Natalia, Intan Permata Sari, Meilisa Hermanda, Putri Pangestika, Yunida Harningtyas yang telah bersama-sama sampai akhir semester. Terima kasih atas dukungan dan doa yang tiada henti dari kalian, sahabat-sahabat yang telah berjuang bersama-sama dalam menyelesaikan skripsi ini, sampai pada akhirnya penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.

11. Semua teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang bersama-sama memperjuangkan skripsi ini yang saya tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

12. Serta seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam penyelesaian skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dalam penulisan ini, baik dalam tata penulisan dan susunan kata-kata, pembahasan yang singkat dan keterbatasan pengetahuan serta kemampuan peneliti dalam mengelola hasil penelitian skripsi. oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat peneliti harapkan dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 06 Agustus 2020

Peneliti

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualita Produk, Harga, dan Citra merek terhadap Keputusan Pembelian di ZARA Central Park. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dan hasil dari penelitian ini berdasarkan jawaban responden dengan menggunakan skala likert. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan Produk ZARA dan sampel dalam penelitian ini berjumlah 100, Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Nonprobability Sampling* dan penentuan sampel berdasarkan *Incidental Sampling*. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ada Uji Instrumen (Validitas dan Reabilitas), Uji Asumsi Dasar, Uji Asumsi Klasik (Normalitas, Multikolinieritas, Heteroskedastisitas, Autokorelasi), Uji Koefisien Korelasi, Uji Regresi Linier Berganda, Uji F, Uji t, dan Koefisien Determinan (Adjusted R Square). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan (Uji F) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), dan Citra Merek ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) ditunjukkan dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $92,125 > 2,699$ ) dan nilai signifikansi ( $0,000 < 0,05$ ). secara Parsial (Uji t) Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,575 > 1,98498$ ) dan nilai signifikansi ( $0,001 < 0,05$ ), Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,163 > 1,98498$ ) dan nilai signifikansi ( $0,000 < 0,05$ ), dan Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,751 > 1,98498$ ) dan nilai signifikansi ( $0,007 < 0,05$ ).

**Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, dan Keputusan Pembelian**

## **ABSTRACT**

*This research aims to determine the effect of Product Quality, Price, and Brand Image on Purchasing Decisions at ZARA Central Park. The method used in this study is a quantitative method and the results of this study are based on respondents' answers using a Likert scale. The population in this study are consumers who use ZARA Products and the sample in this study amounted to 100, the sampling technique used in this study was Nonprobability Sampling and sample determination based on Incidental Sampling. Data analysis methods used in this study were Instrument Test (Validity and Reliability), Basic Assumption Test, Classical Assumption Test (Normality, Multicollinearity, Heteroscedasticity, Autocorrelation), Correlation Coefficient Test, Multiple Linear Regression Test, F Test, t Test, and Determinant Coefficient (Adjusted R Square). The results of this study indicate that simultaneously (Test F) shows that there is a significant influence between the variables of Product Quality ( $X_1$ ), Price ( $X_2$ ), and Brand Image ( $X_3$ ) on Purchasing Decisions ( $Y$ ) indicated by the calculated F arithmetic  $>$  F table ( 92,125  $>$  2,699) and the significance value (0,000  $<$  0.05). Partially (t Test) Product Quality has a significant effect on the Purchasing Decision indicated by the value of t arithmetic  $>$  t table (3.575  $>$  1.98498) and the significance value (0.001  $<$  0.05), Price has a significant effect on the Purchasing Decision indicated by the value of t arithmetic  $>$  t table (5.163  $>$  1.98498) and significance value (0,000  $<$  0.05), and Brand Image has a significant effect on Purchasing Decisions indicated by t arithmetic  $>$  t table (2.751  $>$  1.98498) and significance value (0.007  $<$  0.05).*

**Keywords: Product Quality, Price, Brand Image, and Purchasing Decisions**