

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND AWARENESS* DAN *PRICE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ERIGO
PADA MAHASISWA DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI

**Diajukan guna memenuhi persyaratan
untuk memperoleh derajat sarjana
Program Studi Manajemen**



MUHAMMAD PAJRIN

111901383

SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN YKPN

YOGYAKARTA

2023

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND AWARENESS* DAN *PRICE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ERIGO
PADA MAHASISWA DI YOGYAKARTA**

Diajukan oleh:

Muhammad Pajrin

No. Mhs. 111901383

Yogyakarta, 19 Juni 2023

Telah disetujui oleh:

Dosen Pembimbing



Dra. Ralina Transistari, M.Si.

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND AWARENESS* DAN *PRICE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ERIGO
PADA MAHASISWA DI YOGYAKARTA**

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan Dewan Penguji Jurusan Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta

Tanggal : 30 Juni 2023

Yang terdiri atas:

Ketua



Dr. Suparmono, M.Si.

Anggota



Dra. Ralina Transistari, M.Si.

PERSEMBAHAN

Allah SWT atas semua ridho dan izinNya sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Kedua orang tua saya, bapak H. Muhammad Dayo dan Ibu Hj. Sulastri yang tidak pernah lelah untuk mendukung, membantu, serta mendo'akan.

Ibu Dra. Ralina Transistari, M.Si. selaku dosen pembimbing yang selalu sabar memberikan arahan, bimbingan, dan masukan selama penyusunan skripsi ini.

Teman-teman saya yaitu, Danang, Desy dan Friska yang selalu memberi semangat dan do'a untuk saya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan dengan skripsi yang judul: **“PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND AWARENESS DAN PRICE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ERIGO PADA MAHASISWA DI YOGYAKARTA”** yang akan diuji pada tanggal 30 Juni 2023, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang mengungkapkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri dan tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin atau saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Jika saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Jika kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta batal saya terima.

Yogyakarta, 30 Juni 2023

Yang memberi pernyataan



Muhammad Pajrin

Saksi 1, Sebagai pembimbing skripsi merangkap anggota penguji:

Dra. Ralina Transistari, M.Si.

Saksi 2, Sebagai ketua penguji

Dr. Suparmono, M.Si.

MOTTO

*“Allah tidak membenani seseorang melainkan sesuai dengan
kesanggupannya”*

(Qs. Al-Baqarah 286)

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(Qs. Al-Insyirah 5)

*“ Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa
kebersamaan. Tidak ada kemudahan tanpa doa”*

(Ridwal Kamil)

“Segala sesuatu yang telah diawali, maka harus diakhiri”

“Jika orang lain bisa, maka aku juga bisa”

“ ‘Kerjain’ Karena sepatah apapun, harus tetap SARJANA! “

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti ucapkan atas kehadiran Allah SWT atas segala rahmad dan hidayah-Nya, sehingga Skripsi yang berjudul “PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND AWARENESS DAN PRICE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ERIGO PADA MAHASISWA DI YOGYAKARTA” dapat terselesaikan.

Dalam hal ini, peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya dukungan, bimbingan, dan bantuan dari semua pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

- 1. Ibu Dra. Ralina Transistari, M.Si. selaku dosen pembimbing yang selalu sabar memberikan arahan, bimbingan dan masukan selama penyusunan skripsi ini.*
- 2. Bapak Dr. Suparmono, M.Si. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Yayasan Keluarga Pahlawan Negara Yogyakarta.*
- 3. Seluruh dosen dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Yayasan Keluarga Pahlawan Negara Yogyakarta yang telah memberikan ilmu, pengalaman motivasi dan lain-lain.*
- 4. Bapak H. Muhammad Dayo dan ibu Hj. Sulastri selaku orang tua saya yang telah memberikan dukungan dan semangat, serta Do'a yang tiada henti untuk kesuksesan saya dalam menyelesaikan skripsi dan kuliah saya.*

5. *Sahabat dan teman peneliti yaitu Danang, Desy, Friska, Alfina, Apriyanti yang selalu memberikan dukungan dan motivasi bagi peneliti.*
6. *Kepada inisial nama YWW yang memiliki NIM 2010101034 yang selalu serta memberikan doa, dukungan dan motivasi bagi peneliti.*
7. *Kepada kakak dan sahabat peneliti Syamsuri Oramahi yang telah membantu memberikan doa, dukungan dan motivasi dalam bentuk apapun.*
8. *Almamater tercinta Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta.*
9. *Semua pihak yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu, yang dengan tulus ikhlas memberikan do'a dan dukungan hingga selesainya penyusunan skripsi ini.*

Akhir kata, Peneliti ucapkan terima kasih yang tidak terhingga kepada semua pihak yang terlibat, dengan harapan Skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak dan khususnya bagi peneliti.

Yogyakarta, 30 Juni 2023

Peneliti

Muhammad Pajrin

111901383

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh *brand image*, *brand awareness*, dan *price* terhadap keputusan pembelian produk Erigo pada mahasiswa di Yogyakarta. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, sampel pada penelitian ini yaitu mahasiswa yang berdomisili di Yogyakarta dan pernah melakukan pembelian produk Erigo minimal 2 kali dengan responden yang berusia 18 tahun ke atas. Dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling, sampel dalam penelitian ini berjumlah 80 responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *Brand Image* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, (2) *Brand Awareness* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, (3) *Price* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : *Brand Image*, *Brand Awareness*, *Price* dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This research was conducted with the aim of analyzing the effect of brand image, brand awareness, and price on purchasing decisions for Erigo products among students in Yogyakarta. This research is a quantitative research, the sample in this study is students who live in Yogyakarta and have purchased erigo products at least 2 times with respondents aged 18 years and over. Using the purposive sampling technique, the sample in this study was 80 respondents. The analytical method used in this research is multiple linear analysis. The results of the study show that (1) Brand Image has a positive effect on purchasing decisions, (2) Brand Awareness has a positive effect on purchasing decisions, (3) Price has a positive effect on purchasing decisions.

Keywords: Brand Image, Brand Awareness, Price and Purchase Decision

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iv
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Batasan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS	8
A. Keputusan Pembelian.....	8
B. Brand Image	13
C. Brand Awareness	15
D. Price.....	17
E. Penelitian Terdahulu	20
F. Perumusan Hipotesis.....	22

G. Kerangka Penelitian	24
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Definisi Konsep.....	26
B. Defenisi Operasional.....	27
C. Objek dan Subjek Penelitian	28
D. Metode Pengambilan Sampel.....	29
E. Metode Pengumpulan Data	31
F. Metode Analisis Data.....	31
BAB IV GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN DAN	
ANALISIS DATA	37
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	37
B. Analisis Data	38
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	50
A. Kesimpulan	50
B. Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Brand Clothing Lokal Terbaik	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	38
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas.....	40
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas.....	41
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas	42
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas	43
Tabel 4.6 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	44
Tabel 4.7 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	45
Tabel 4.8 Hasil Uji t.....	46
Tabel 4.9 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	48
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	25
--------------------------------------	----