

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, VARIASI PRODUK, DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPATU KICKERS MAN DI MATAHARI PTC MALL
PALEMBANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi**



Disusun Oleh :

**MUHAMMAD YOVI SAPUTRA
NPM. 16.01.11.0103**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIDINANTI
PALEMBANG
2020**

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI
PALEMBANG

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : MUHAMMAD YOVI SAPUTRA
Nomor Pokok : 16.01.11.0103
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH PERSEPSI HARGA, VARIASI
PRODUK, DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPATU KICKERS MAN DI MATAHARI
PTC MALL PALEMBANG.

Pembimbing Skripsi:

Tanggal 21-10-2020 Pembimbing I:



Kartawinata, SE,MP
NIDN: 0214125961

Tanggal 20-10-2020 Pembimbing II:



Umi Hasanah, SE,MM
NIDN: 0220016002

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Msy Mikial, SE., M.Si., Ak.CA, CSRS
NIDN: 0205026401

JKM/PS/DFE/20

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Yovi Saputra
Nomor Pokok/NPM : 16.01.11.0103
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata 1 (S1)
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga, Variasi Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Kickers Man Di Matahari PTC Mall Palembang.

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dengan segala konsekuensi.

Palembang, 1 Oktober 2020

METERAI
TEMPEL
TGL
1AAB8AHF59A089006
6000
ENAM RIBU RUPIAH
Muhammad Yovi Saputra



Motto dan Persembahan :

“Barangsiapa yang keluar rumah untuk mencari ilmu, maka ia berada di jalan Allah SWT hingga ia pulang”

-HR. Tirmidzi-

“Tidak ada kesuksesan melainkan dengan pertolongan Allah SWT”

-Q.S. Huud: 88-

“Ketika sebuah perjuangan menghasilkan satu komitmen, ketika sebuah proses menghasilkan satu tujuan, ingat kawan ! Hasil tidak akan mengkhianati sebuah proses.”

-Arief Subagia-

Skripsi inikupersembahkanuntuk:

Ayah,Ibu, Istri, danAnakkutercinta♥

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunia-nya semata sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul : Pengaruh Persepsi Harga, Variasi Produk, dan Citra Merek terhadap keputusan pembelian sepatu Kickers Man di Matahari PTC Mall Palembang skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti Palembang.

Penulis menyadari penyusunan skripsi ini dapat terlaksana dengan baik berkat dukungan dari banyak pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr Hj. Manisah, M.P. selaku Rektor Universitas Tridianti Palembang.
2. Ibu Masayu Mikial, SE.M.Si.Ak.CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti Palembang.
3. Bapak Kartawinata SE.MP selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberi bimbingan selama masa penelitian.
4. Ibu Umi Hasanah SE.MM selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah memberi bimbingan selama masa penelitian.
5. Pimpinan serta Staf toko MDS PTC Palembang yang telah bersedia memberikan data dan kesempatan untuk melakukan penelitian.
6. Kedua Orang Tua ku yang tercinta, yang telah memberikan dukungan moril maupun materi serta memotivasi sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

7. Terima kasih untuk Istri dan anak tercinta, atas dukungan, semangat, pengertian dan kasih sayangnya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
8. Teman-teman ku, terima kasih atas dukungan, semangat, pengalaman selama kuliah. Semoga tali silaturahmi kita terus terjalin dan semoga kita menjadi orang yang sukses.
9. Responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuannya dalam terselesaikannya proposal ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh kelalaian dan keterbatasan waktu, tenaga juga kemampuan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu penulis memohon maaf apabila terdapat banyak kekurangan dan kesalahan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Aamiin.

Palembang, Juni 2020

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMANJUDUL	i
HALAMANPERSETUJUAN.....	ii
HALAMANBEBASPLAGIAT.....	iii
MOTTODANPERSEMBAHAN.....	iv
KATAPENGANTAR.....	v
DAFTARISI.....	vii
DAFTARTABEL	xii
DAFTARGAMBAR.....	xiv
ABSTRAK.....	xvi
DAFTARRIWAYATHIDUP.....	xvii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 LatarBelakang	1
1.2 Perumusanmasalah.....	7
1.3 TujuanPenelitian	7
1.4 ManfaatPenelitian.....	8
BAB II.TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 KajianTeoritis	10
2.1.1 PengertianPemasaran.....	10
2.1.2 PengertianManajemenPemasaran.....	12
2.1.3 BauranPemasaran	12

2.1.4 Pengertian Harga	14
2.1.4.1 Pengertian Persepsi Harga	15
2.1.4.2 Dimensi Persepsi Harga	16
2.1.4.3 Indikator Persepsi Harga	16
2.1.5 Variasi Produk	17
2.1.5.1 Pengertian Produk	17
2.1.5.2 Pengertian Variasi Produk	18
2.1.5.3 Dimensi Variasi Produk	20
2.1.5.4 Indikator Variasi Produk	21
2.1.6 Citra Merek	21
2.1.6.1 Pengertian Citra Merek	21
2.1.6.2 Dimensi Citra Merek	23
2.1.6.3 Indikator Citra Merek	24
2.1.7 Perilaku Konsumen	26
2.1.7.1 Pengertian Perilaku Konsumen	26
2.1.8 Keputusan Pembelian	27
2.1.8.1 Pengertian Keputusan Pembelian	27
2.1.8.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	27
2.1.8.3 Dimensi Keputusan Pembelian	30
2.1.8.4 Indikator Keputusan Pembelian	31
2.2 Penelitian Yang Relevan	31
2.3 Kerangka Berpikir	35
2.4 Hipotesis Penelitian	36

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1 TempatDanWaktuPenelitian.....	37
3.1.1 TempatPenelitian	37
3.1.2 Waktupenelitian	37
3.2 SumberDanTeknikPengumpulanData.....	38
3.2.1 SumberData	38
3.2.2 TeknikpengumpulanData	38
3.3 Populasi,Sampel,DanSampling.....	39
3.3.1 Populasi	39
3.3.2 Sampel.....	39
3.3.3 TeknikSampling.....	40
3.4 RancanganPenelitian	41
3.5 VariabelPenelitianDanDefinisiOperasional	42
3.5.1 VariasiPenelitian	42
3.5.2 DefinisiOperasional.....	43
3.6 InstrumenPenelitian	45
3.6.1 UjiValiditas.....	46
3.6.2 UjiReliabilitas	47
3.7 TeknikAnalisisData.....	47
3.7.1 AnalisisStatistikDeskriptif.....	48
3.7.2 AnalisisStatistikInferensial.....	48
3.7.2.1 AnalisisRegresiLinierBerganda	48
3.7.2.2 AnalisisKoefisienKorelasi	48
3.7.2.3 AnalisisKoefisienDeterminasi	49
3.8 UjiHipotesisStatistik	50

3.8.1 UjiSignifikanSimultan(UjiF)	50
3.8.2 UjiSignifikanParsial(UjiT)	51
3.8.2.1 PersepsiHarga	51
3.8.2.2 VariasiProduk	52
3.8.2.3 CitraMerek	52

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 HasilPenelitian	53
4.1.1 GambaranUmumPerusahaan	53
4.1.2 StrukturOrganisasi	54
4.1.3 PembagianTugas	55
4.2 PembahasanDanInterprestasi.....	57
4.2.1 UjiValiditas	57
4.2.2 UjiReliabilitas	61
4.2.3 TeknikAnalisisData.....	64
4.2.3.1 AnalisisRegresiLinierBerganda	64
4.2.3.2 KoefisienKorelasi.....	66
4.2.3.3 KoefisienDeterminasi	67
4.2.4 UjiHipotesis	68
4.2.4.1 UjiSimultan(ujiF)	68
4.2.4.2 UjiPersial(ujiT)	70

BABV. KESIMPULANDANSARAN

5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran.....	74

DAFTARPUSTAKA.....	77
---------------------------	-----------

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Tabel 1.1 Data penjualan sandal dan sepatu pria di Matahari PTC Mall Palembang April 2020- Juni 2020.	4
2. Tabel 1.2 Data penjualan sandal dan sepatu Kickers di Matahari PTC Mall Palembang April 2020-juni 2020	5
3. Tabel 2.1 Penelitian yang relevan	32
4. Tabel 2.2 Perbedaan persamaan antar penelitian terdahulu dan sekarang	33
5. Tabel 3.1 Jadwal kegiatan penelitian.....	37
6. Tabel 3.2 Skala likert pengukuran.....	42
7. Tabel 3.3 Interpretasi nilai (r).....	49
8. Tabel 4.1 Jenis/model dan harga jual sepatu/sandal Kickers man di Mds PTC Palembang.	54
9. Tabel 4.2 Hasil uji validitas persepsi harga (X_1).....	58
10. Tabel 4.3 Hasil uji validitas variabel variasi produk (X_2)	59
11. Tabel 4.4 Hasil uji validitas variabel citra merek (X_3)	60
12. Tabel 4.5 Hasil uji validitas variabel keputusan pembelian (Y)	61
13. Tabel 4.6 Hasil uji reliabilitas variabel persepsi harga (X_1)	62
14. Tabel 4.7 Hasil uji reliabilitas variabel variasi produk (X_2)	63
15. Tabel 4.8 Hasil uji reliabilitas variabel citra merek (X_3).....	63
16. Tabel 4.9 Hasil uji reliabilitas variabel keputusan pembelian (Y)	64
17. Tabel 4.10 Hasil uji regresi linier berganda.....	65

18.	Tabel4.11Hasilujikoefisienkorelasi	66
19.	Tabel4.12Hasilujikoefisiendeterminasi	68
20.	Tabel4.13Ujisimultan(ujiF).....	69
21.	Tabel4.14Ujipesial(ujiT).....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka berfikir	35
Gambar 4.1 Struktur organisasi Mds PTC Mall Palembang	54

ABSTRAK

MUHAMMAD YOVI SAPUTRA, Pengaruh Persepsi Harga, Variasi Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Kickers Man di Matahari PTC Mall Palembang. (Dibawah bimbingan Bapak Kartawinata, SE,M.P. Dan Ibu UmiHasanahSE,M.M).

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin banyaknya Produsen di Indonesia mendirikan merek sepatu/ sandal salah satunya Kickers Man di Matahari PTC Mall Palembang, namun beberapa bulan belakangan ini mengalami penurunan dikarenakan banyaknya Produsen sepatu yang bersaing untuk merebut pasar penggunasepatu.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Persepsi Harga, Variasi Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Kickers Man di Matahari PTC Mall Palembang. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli sepatu Kickers Man di Matahari PTC Mall Palembang. Responden yang terlibat dalam penelitian ini sebanyak 52 Sampel. Analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Hasil dari analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan diperoleh hasil yaitu, $Y = 6,710 + 0,762X_1 + 0,389X_2 + 1,776X_3 + e$. Variabel independen yang paling berpengaruh terhadap variabel dependen adalah variabel citra merek (1,776) diikuti variabel persepsi harga (0,762) kemudian variabel variasi produk (0,389). Hasil Uji t membuktikan bahwa semua variabel independen (persepsi harga, variasi produk, dan citra merek) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu (keputusan pembelian). Dan koefisien determinasi (R^2) yaitu diperoleh sebesar 0,934. Hal ini berarti 90,30% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel persepsi harga, variasi produk, dan citra merek. Dan sisanya 9,7% dipengaruhi oleh variabel lain.

Berdasarkan uraian dan analisis data pada penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel persepsi harga (X_1) variasi produk (X_2) dan citra merek (X_3) secara simultan atau bersama-sama terhadap keputusan pembelian (Y). Dari tabel uji F dapat dilihat

bahwa nilai F adalah 225.852 dan nilai sig F adalah 0,000. Dari nilai taraf signifikan tersebut berarti sig F < 0,05 yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi harga (X_1) variasi produk (X_2) dan citra merek (X_3) secara simultan atau bersama-sama terhadap keputusan pembelian(Y).

2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel persepsi harga(X_1) terhadap keputusan pembelian (Y). Dari analisis linier berganda dapat dilihat bahwa untuk variabel persepsi harga (X_1) nilai t = 2,344 dan nilai sig t 0,023. Dari nilai taraf signifikan tersebut nilai sig t < 0,05 yang berarti terdapat pengaruh secara parsial variabel persepsi harga (X_1) terhadap keputusan pembelian(Y).
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel variasi produk(X_2) terhadap keputusan pembelian (Y). Dari analisis linier berganda dapat dilihat bahwa untuk variabel variasi produk (X_2) nilai t = 5,685 dan nilai sig t 0,000. Dari nilai taraf signifikan tersebut nilai sig t < 0,05 yang berarti terdapat pengaruh secara parsial variabel variasi produk (X_2) terhadap keputusan pembelian(Y).
4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel citra merek (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y). Dari analisis linier berganda dapat dilihat bahwa untuk variabel citra merek (X_3) nilai t = 5,645 dan nilai sig t 0,000. Dari nilai taraf signifikan tersebut nilai sig t < 0,05 yang berarti terdapat pengaruh secara parsial variabel citra merek (X_3) terhadap keputusan pembelian(Y).

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Muhammad Yovi Saputra, dilahirkan di Palembang pada tanggal 10 Desember 1996. Anak pertama dari dua bersaudara pasangan dari Bapak Imron dan Ibu Dona Tursia. Peneliti menyelesaikan pendidikan di Sekolah Dasar di SD Negeri 187 Palembang pada tahun 2008. Pada tahun itu juga peneliti melanjutkan Pendidikan di SMP Tri Budi Mulia Palembang dan selesai pada tahun 2011, kemudian melanjutkan Sekolah Menengah Kejuruan di SMK Negeri 4 Palembang pada tahun 2011 dan selesai pada tahun 2014. Penulis memulai awal karirnya dengan bergabung dengan perusahaan PT. Matahari Department Store (International Plaza) Palembang pada tahun 2015 sebagai Sales Assosiate dan berakhir masa kerjanya di akhir tahun 2016. Lalu melanjutkan bekerja kembali di PT. Mahkota Petriedo Indoperkasa ditahun 2016 hingga 2020. Pada tahun 2016 peneliti mulai melanjutkan pendidikannya kembali di Perguruan Tinggi Swasta, tepatnya di Universitas Tridinanti Palembang (UTP) Fakultas EkonomiprogramstudiManajemen.

Palembang, Oktober 2020

MuhammadYoviSaputra

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam perkembangan zaman di era globalisasi saat ini, persaingan di dunia fashion semakin pesat. Banyak perusahaan sepatu yang berlomba untuk menghasilkan produk sepatu yang bervariasi, dengan harga yang terjangkau agar membuat merek tersebut memiliki citra tersendiri dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan. Permintaan masyarakat terhadap sepatu terus mengalami peningkatan, hal ini memberikan peluang kepada produsen sepatu untuk mengeluarkan berbagai variasi produk yang dihasilkannya.

Suatu produsen harus bekerja keras membuat kebijakan-kebijakan strategi baru dalam menjual produk mereka dalam kaitannya menghadapi persaingan yang ketat dengan pesaing. Pada dasarnya semakin banyaknya pesaing maka semakin banyak pula pilihan bagi pelanggan untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan apa yang menjadi harapannya. Proses dalam pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian berbeda-beda tergantung pada jenis keputusan pembelian. Keputusan pembelian sabun mandi, pasta gigi, pakaian, mobil, motor, sepatu dan lain-lain merupakan hal yang berbeda. Pembelian yang rumit dan mahal barang kali mengakibatkan lebih banyak pertimbangan pembeli dibandingkan pembelian yang tidak rumit dan tidak mahal (dapat dijangkau oleh konsumen banyak). keputusan konsumen adalah membeli merek yang paling disukai, tetapi dua faktor yang muncul antara niat untuk membeli dan keputusan pembelian, yaitu faktor sikap orang lain dan faktor situasi yang tidak diharapkan.

Sepatu merupakan klasifikasi barang yang tahan lama dimana pemilihannya, setiap orang memiliki cara yang berbeda untuk memenuhinya. Meski hanya terletak dibagian paling bawah, sepatu tidak hanya menjadi pelindung atau alas kaki semata, tetapi telah berubah fungsi sebagai salah satu *fashion* yang menunjang penampilan. Dalam menunjang penampilan hal pertama yang cenderung dipertimbangkan ketika memilih sepatu adalah desain, kualitas, harga, dan citra merek sepatu tersebut.

Saat ini dipasar sepatu indonesia terdapat beragam merek sepatu baik lokal maupun impor. Merek-merek sepatu tersebut bersaing dalam harga, kualitas, dan desain guna meraih *market share* di Indonesia. Semakin pesatnya dunia bisnis banyak perusahaan membuat sepatu sebagai peran penting untuk tampilan gaya hidup. Produk alas kaki indonesia saat ini memang cukup diterima diluar negeri namun sayangnya di negeri sendiri belum mendapat respon yang cukup baik. Sekarang ini banyak sekali terdapat merek-merek sepatu luar yang ditawarkan kepada konsumen seperti playboy, hush puppies, pierre cardin, dan kickers. Dimana masing-masing perusahaan sepatu tersebut berusaha untuk membuat merek produknya lebih unggul dari pesaing.

Untuk membuat *market share* di pasar produsen sepatu, kickers meluncurkan berbagai variasi produk sepatu yaitu moccasin, boots, pantofel, hingga sandal. Dengan inovasi dari material bahan kulit dan karet terbaik, pihak kickers antusias untuk mengeluarkan produk yang diperkirakan akan laris dalam pasar untuk segmen masyarakat menengah ke atas. Dengan mengandalkan slogan “Kickers luar biasa” sepatu kickers diharapkan mampu memenuhi kebutuhan

fashion seluruh anggota dengan mengutamakan unsur daya tahan material produknya. Walaupun produk kickers sudah banyak dikenal dengan sepatu pria dewasa, kickers juga mengeluarkan produk lain seperti sepatu wanita, sepatu anak-anak, baju pria dewasa, baju wanita dewasa, tas pria, hingga tas wanita.

Indonesia memiliki banyak toko-toko *retail* yang menjual berbagai produk fashion salah satunya sandal dan sepatu. Matahari Dept Store merupakan salah satu toko *retail* terbesar di Indonesia yang menjadi salah satu tempat brand-brand impor yang dijual disini. Salah satu produk sepatu yang mereka miliki adalah Kickers yang menjual berbagai produk sandal dan sepatu dengan kualitas yang bagus dengan harga yang cukup tinggi. Untuk produk Kickers banyak diproduksi sandal dan sepatu dengan variasi berbagai macam seperti model sneakers, boots, moccasin, formal, dan sandal. Yang mana merek Kickers ini dinaungi oleh PT. MAHKOTA PETRIEDO INDOPERKASA.

Untuk cabang dari Kickers man shoes di Matahari ini sendiri berlokasi di gedung PTC mall Palembang lantai M1 Jln. R Sukanto no. 8A ilir timur II palembang. Kickers cabang Matahari Dept Store PTC mall palembang memiliki banyak variasi produk dengan harga yang bervariasi mulai dari Rp 899.000-2.599.000 dengan promo diskon 20%, 30%, 50%, sampai dengan harga spesial. Dengan harga yang ditawarkan, Kickers memilih segmentasi pasar untuk kalangan menengah ke atas.

Pada segmen lain Kickers man shoes di PTC Mall palembang memiliki kompetitor yang berbeda, untuk Kickers sendiri memiliki kompetitor seperti Crocodile, Pierre Cardin, Jim Joker, Arnold Palmer, dan Watchout. Berikut data

penjualan sepatu/sandal di Matahari Dept Store PTC mall Palembang dalam periode april 2020-juni 2020 yang akan disajikan dalam Tabel 1.1 berikut ini:

Tabel 1.1
Data Penjualan Sandal dan Sepatu Pria di Matahari PTC mall Palembang
Bulan Mei 2020-juni 2020

Penjualan Total April 2020-Juni 2020		
Merek	Rp.	Qty
Jim Joker	132.020.400	224
Crocodile	119.875.500	182
Watchout	116.789.400	221
Pierre Cardin	114.344.960	151
Kickers	63.386.549	60
Arnold Palmer	25.800.650	20
Total	618.787.450	960

Sumber : (Supervisor) Matahari Dept Store PTC mall Palembang

Dari Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa penjualan Kickers beradapada peringkat ke-3. Dimana penjualan peringkat pertama ada pada merek Jim Joker dengan kontribusi sebesar Rp. 132.020.400, Crocodile 119.875.500, Kickers 63.386.549, Watchout 116.789.400, Pierre Cardin 114.344.960, Arnold Palmer 25.800.650. hasil dari penjualan ini dicapai oleh beberapa faktor seperti model produk yang bervariasi, penawaran harga yang menarik, hingga citra merek yang sudah dikenal oleh masyarakat.

Disetiap bulan penjualan produk sepatu/sandal Kickers di Matahari Dept Store PTC mall Palembang selalu mengalami perubahan. Berikut data penjualan

sepatu/sandal Kickers di Matahari Dept Store PTC mall Palembang selama 3 bulan terakhir yang akan disajikan dalam Tabel 1.2 berikut ini :

Tabel 1.2

**Data Penjualan Sepatu/Sandal Kickers di Matahari Ptc Mall Palembang
Bulan Mei 2020-Juli 2020**

	Bulan Penjualan		
	Mei	Juni	Juli
Unit	26	18	16
Rp	24.618.582	22.284.867	17.999.000

Sumber : (Supervisor) Matahari Dept Store PTC mall Palembang

Dari Tabel 1.2 dapat dilihat pada hasil penelitian bahwa diketahui total penjualan sepatu/sandal Kickers di bulan mei mengalami penurunan drastis hingga bulan juli. Penurunan terjadi dapat disebabkan oleh banyak faktor diantaranya adalah semakin banyaknya merek-merek sepatu /sandal yang muncul dan berdiri di pasar segmen yang sama sehingga membuat konsumen lebih selektif dalam memilih dan mengambil keputusan pembelian.

Banyak faktor yang mempengaruhi penurunan penjualan tersebut, antara lain adalah kemungkinan mayoritas konsumen lebih menyukai barang dengan harga yang sedang ada promo diskon saja, atau banyaknya pihak kompetitor yang mengeluarkan produk dengan model yang mengikuti tren zaman dengan kualitas material bahan yang hampir sama namun dengan harga yang lebih murah dan dengan promosi yang lebih menarik atau masih banyak faktor lainnya lagi. Tingkat penjualan adalah gambaran dari keputusan pembelian yang diambil oleh konsumen. Keputusan pembelian sepatu/sandal Kickers di Matahari PTC mall

Palembang dirasa kurang maksimal dan menjadi masalah yang harus dicari solusinya.

Menurut peneliti, saat ini sepatu/sandal Kickers masih kurang memaksimalkan variasi produknya, karena dari dulu produk yang dikeluarkan modelnya hanya itu saja (monoton) tanpa mengeluarkan produk yang sedang tren di zaman saat ini, dengan harga yang cukup mahal dan jarang mengeluarkan promo yang menarik pelanggan. Maka dari itu, Kickers perlu untuk memulai mengembangkan variasi produknya dengan mengikuti perkembangan zaman, serta dalam penentuan harga sebaiknya memberikan promo juga seperti yang dilakukan para kompetitor yang lainnya agar dapat membantu tercapainya target dalam penjualan. Oleh karena itu perlu diketahui beberapa faktor yang mendasari keputusan pembelian dalam membeli sebuah produk baik sepatu/sandal. Bagaimana persepsi harga, variasi produk, dan citra merek sangat berkaitan erat dengan keputusan konsumendalammelakukanpembelian.

Atas dasar latar belakang masalah tersebut, maka dalam penelitian ini peneliti tertarik untuk mengambil judul **“PENGARUH PERSEPSI HARGA, VARIASI PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU KICKERS MAN SHOES DI MATAHARI PTC MALL PALEMBANG”**.

1.2 PerumusanMasalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah diuraikan diatas diketahui bahwa terdapat fenomena penurunan keputusan pembelian sepatu Kickers di

Matahari PTC mall Palembang. Maka masalah penelitian yang dikembangkan disini adalah bagaimana perilaku konsumen dalam mempengaruhi keputusan pembelian sepatu Kickers di Matahari PTC Palembang? Berdasarkan perumusan masalah tersebut, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah persepsi harga, variasi produk, dan citra merek secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu Kickes di Matahari PTCmallPalembang?
2. Apakah persepsi harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu Kickers di MatahariPTCmallPalembang?
3. Apakah variasi produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu Kickers di MatahariPTCmallPalembang?
4. Apakah citra merek secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu Kickers di MatahariPTCmallPalembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah diatas, maka dapat dijabarkan bahwa penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui secara simultan pengaruh persepsi harga, variasi produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepatu Kickers di Matahari PTCmallPalembang.
2. Mengetahui secara parsial pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian sepatu Kickers *man* diMatahariPTCPalembang.

3. Mengetahui secara parsial pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian sepatu Kickers *man* di Matahari PTCPalembang.
4. Mengetahui secara parsial pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian sepatu Kickers *man* di Matahari PTCPalembang.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

1. Peneliti

Dapat memberi wawasan serta pengalaman pada peneliti serta memberikan kesempatan baik untuk menerapkan teori-teori yang didapat saat kuliah kemudian membandingkan dengan kondisi nyata atau kenyataan yang ada.

2. Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan masukan bagi manajemen perusahaan untuk menentukan langkah-langkah yang tepat dalam upaya meningkatkan volume penjualan dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian melalui perilaku konsumen. Serta diharapkan dapat menjadi masukan dan informasi bagi perusahaan untuk mengetahui faktor yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian konsumen dalam membeli produk

yang ditawarkan.

3. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan peran serta dan tambahan referensi kepada kalangan akademik, terutama mahasiswa yang akan melakukan penelitian

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal Ardian Huda (2019), *Pengaruh Kualitas Produk, Fleksibilitas, dan Variasi Produk Terhadap Kebijakan Manajemen Rantai Pasokan dan Kepuasan Konsumen*. Skripsi: Fakultas Manajemen Operasional, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- AriKunto (2010), *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka cipta.
- Alma, Buchari (2013), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta, Bandung.
- Debi Sawitri (2019), *Pengaruh Digital Marketing dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu ditoko Shoebox Palembang*. Skripsi: fakultas ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.
- Kotler & Keller (2012), *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip and Armstrong (2016), *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 13. Jilid 1 Jakarta : Erlangga.
- Nia Safitri (2018), *Peforma Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, dan Gaya Hidup dalam Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian Minuman Isotonik (Studi Konsumen Minuman Isotonik di Kota Semarang)*. Skripsi: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas StikubankSemarang.
- Pedomanan Penulisan Skripsi dan Laporan Akhir Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang, tahun 2014
- Sugiyono (2013), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung .
- Sangadji & Sopiah (2013), *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta
- Tjiptono (2015), *Strategi Pemasaran*. edisi 4.
- Widodo, Tosan (2016), *Pengaruh Brand Image, Atribut Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario di Kulon Prago*, Skripsi pada Fakultas ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.