

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK, CITRA MEREK DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
SHOWROOM WRANGLER PALEMBANG INDAH MALL**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat –Syarat Guna
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Dan Bisnis**



Diajukan Oleh:

INDRI SULISTIA NINGSIH

NPM. 18.01.11.0032

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TRIDINANTI

PALEMBANG

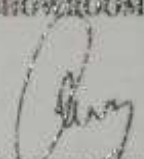
2023

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PALEMBANG

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : INDRISULISTIA NINGSIH
Nomor pokok / NIPM : 1801110032
Jurusan/ Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : S1
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : PENGALAMAN ATRIUMIT PROBLE, CITRA MEREK
DAN HARGA TERHADAP KEPuasan
PEMBELIAN PADA SHOWROOM PALEMBANG
INDAH MALL

Pembimbing Skripsi

Tanggal 09-03-2023 Pembimbing I : 
Azmir Ferujansyah, S.E., M.M
NIDN : 0221105801

Tanggal 09-03-2023 Pembimbing II :
M.A Baidowi, S.E., M.M
NIDN : 0226025801

231/PS/DFE/231

Mengetahui,


Dekan Fakultas Ekonomi,

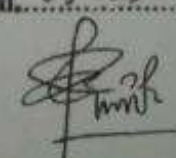
Tanggal.....

Ketua Prodi Manajemen,

Tanggal 09-03-2023




Dr. Misy Mihal, S.E., M.Si, Ak, CA, CSRS
NIDN : 0205026401

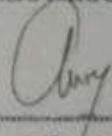

Mariyam Zanariah, S.E., M.M
NIDN : 02220960301

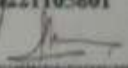
UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PALEMBANG


HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

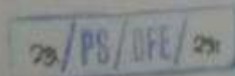
Nama : INDRIANUSTIA KUNGGABE
Nomor pokok / NPM : 180110032
Jurusan/ Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH ATRIBUT PRODUK, CITRA MEREK
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA SHOWROOM PALEMBANG
INDAH MALL

Pembimbing Skripsi

Tanggal Ketua Penguji :

Azmir Ferdiansyah S.E., M.M
NIDN : 0221105801

Tanggal Penguji I :

M.A. Baidowi S.E., M.M
NIDN : 0226025801

Tanggal Penguji II :

Lusla Nargis S.E., MSi
NIDN : 0222036101

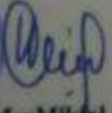


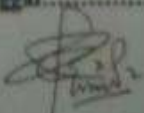
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi,
Tanggal.....

Ketua Prodi Manajemen,
Tanggal.....




Dr. May Mikhal, S.E., M.Si, Ak.CA, CSRS
NIDN : 0205026401


Marivaty Zanariah, S.E., M.M
NIDN : 02220960301

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

Kamu tidak bisa kembali dan mengubah masa lalu, maka dari itu tatapla masa depan dan jangan mengulang kesalahan yang sama dua kali

Kupersembahkan Kepada:

- **Tuhan Yang Maha Esa.**
- **Kedua Orang Tuaku tercinta
Ayahanda Asnawi dan Ibunda
Romaya**
- **Saudara-saudaraku : ayuk Oktris
Kak Firman, Kak Roylie dan Mbak
Purwanti.**
- **Sahabat ku Terbaikku, Fadil, Rinda,
Syella,Dwi,Rian**
- **Dosen Pembimbing Skripsiku Bapak
Azmir dan Bapak MA Baidowi.**
- **Sahabat Almamaterku Sherly,
Hawa,Muse,Bayu,Sinta,Shintia,Raha
yu,Maya,Nilla**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Indrisulistia Ningsih

Nomor Pokok : 1801110032

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : S.I Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "Pengaruh Atribut Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Showroom Wrangler Palembang Indah Mall", adalah benar hasil karya saya sendiri yang ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dengan segala konsekuensinya.

Palembang, Maret 2023



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Puji syukur kehadiran ALLAH SWT atas rahmat dan karunia-Nya yang diberikan kepada penulis, sehingga proposal yang berjudul : “Pengaruh Atribut Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Showroom Palembang Indah Mall” dapat diselesaikan dengan baik. Proposal ini disusun untuk memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti Palembang.

Penyelesaian proposal ini tidak terlepas dari kontribusi banyak pihak yang telah memberi dukungan dan bantuan kepada penulis. Oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Ir. Hj. Nyimas Manisah, MP. Selaku Rektor Universitas Tridianti Palembang.
2. Ibu Dr. Msy.Mikial, SE., MSi. AK.CA.CSRS, selaku Dekan Universitas Tridianti Palembang.
3. Ibu Dr.M Ima Andriyani, SE., M.Si selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti Palembang.
4. Ibu Mariyam Zanariah, SE,MM, selaku Ketua Program Studi Universitas Tidianti Palembang.
5. Bpk Azmir Ferdiansyah, SE.,M.M dan Bpk M.A Baidowi, SE,MM, selaku pembimbing I dan Pembimbing II yang dengan ikhlas dan sabar dalam membimbing saya untuk menyelesaikan laporan proposal skripsi ini.
6. Seluruh Bapak/Ibu dosen dan Staf Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti Palembang yang telah memberikan ilmu selama ini.
7. Pimpinan serta seluruh pegawai Showroom Palembang Indah Mall yang telah memberikan izin kepada peneliti melaksanakan penelitian dan membantu peneliti dalam memperoleh data yang peneliti perlukan.
8. Kedua Orang tua dan keluarga besar saya yang telah mendukung dan memberikan do'a restu.

9. Teman-teman yang sudah sangat berpartisipasi memberikan semangat serta motivasi dalam proses penyelesaian skripsi ini
10. Kepada Pimpinan Wrangler Palembang Indah Mall yang telah bersedia memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian.
11. Seluruh karyawan Wrangler Palembang Indah Mall yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner sehingga dapat di analisis dengan baik.
12. Semua pihak yang sudah berpartisipasi dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu-persatu

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu menyusun laporan ini dan mohon maaf atas segala bentuk kekurangan yang ada. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak. Dan mudah-mudahan amal baik dan bantuan yang telah diberikan mendapat pahala yang melimpah dari Allah SWT.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Palembang,

Indrisulistia Ningsih

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGSAHAN.....	iii
HALAMAN BEBAS PLAGIAT	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	vii
ABSTRAK	vii
RIWAYAT HIDUP	vii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teoritis.....	8
2.1.1 Atribut Produk.....	8
2.1.1.1 Pengertian Atribut Produk	8
2.1.1.2 Unsur dan Komponen Atribut produk.....	9
2.1.1.3 Dimensi Atribut Produk	11
2.1.2 Citra Merek	12
2.1.2.1 Pengertian Citra Merek	12
2.1.2.2 Manfaat Merek	14

2.1.2.3 Dimensi Merek	14
2.1.2.4 Indikator Merek	15
2.1.3 Harga	16
2.1.3.1 Pengertian Harga	16
2.1.3.2 Strategi Penetapan Harga	17
2.1.3.3 Tujuan Penetapan Harga	18
2.1.3.4 Faktor –Faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga	20
2.1.3.5 Indikator Harga.....	22
2.1.3.6 Dimensi Harga.....	23
2.1.4 Keputusan pembelian	23
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian	23
2.1.4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian....	23
2.1.4.3 Tahap –Tahap Keputusan Pembelian	24
2.1.4.4 Jenis-Jenis Perilaku Keputusan Pembelian	25
2.1.4.5 Tingkat Pengambilan Keputusan.....	27
2.2 Penelitian Lain Yang Relevan	28
2.3 Kerangka Berfikir.....	30
2.4 Hipotesis Penelitian	31
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	33
3.1.1 Tempat Penelitian	33
3.1.2 Waktu Penelitian	33
3.2 Sumber Data dan Teknik Penelitian Data	34
3.2.1 Sumber Data.....	34
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.3 Populasi dan Sampel	36
3.3.1 Populasi.....	36

3.3.2 Sampel.....	36
3.4 Rancangan Peneliiian	37
3.5 Variabel dan Definisi Operasional	38
3.5.1 Variabel Penelitian.....	38
3.5.2 Definisi Operasional variable.....	38
3.6 Instrumen Penelitian.....	40
3.6.1 Uji Validitas	41
3.6.2 Uji Reliabilitas	41
3.7 Teknik Analisis Data.....	42
3.7.1 Uji Asumsi Klasik.....	42
3.7.2 Analisis Statistik Inferensial	43
3.7.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda	43
3.7.2.2 Analisis Koefisien Determinasi	44
3.7.2.3 Analisis Koefisien Korelasi	45
3.7.3 Uji Hipotesisi	45
3.7.3.1 Uji Simultan (F).....	45
3.7.3.2 Uji Parsial (t).....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	48
4.1.1 Sejarah Singkat perusahaan.....	50
4.1.2 Struktur Organisasi	51
4.1.3 Uraian Tugas dan Tanggung Jawab.....	52
4.1.4 Deskripsi Responden Penelitian.....	53
4.1.4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
4.1.4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	54
4.1.4.3 Profil Berdasarkan Pekerjaan.....	55
4.2 Hasil Penelitian.....	56

4.2.1 Uji Validitas.....	56
4.2.2 Uji Realibilitas.....	57
4.3 Uji Asumsi Klasik.....	58
4.3.1 Uji Multikolinieritas.....	58
4.3.2 Uji Heteroskedastistas.....	59
4.3.3 Uji Normalitas.....	61
4.4 Analisis Data.....	62
4.4.1 Regresi Linear Berganda.....	62
4.4.2 Uji Koefisien Korelasi.....	63
4.4.3 Uji Koefisien Determinasi.....	65
4.5 Uji Hipotesis	65
4.5.1 Uji Secara Simultan (Uji f).....	66
4.5.2 Uji Secara Parsial (Uji t).....	67
4.6 Pembahasan.....	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	72
5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Saran.....	73

LAMPIRAN

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Tujuan Penetapan Harga.....	19
2.2 Penelitian lain Yang Relevan	34
3.1 Waktu penelitian.....	33
3.2 Variabel dan Definisi Operasional	39
3.3 Skala Likert	41
4.1 Hasil Uji Validitas	56
4.2 Hasil Uji Realibilitas	57
4.3 Hasil Uji Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
4.4 Hasil Responden Berdasarkan Usia.....	54
4.5 Hasil Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
4.6 Hasil Uji Multikolinieritas.....	58
4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	59
4.8 Hasil Uji Normalitas.....	61
4.9 Hasil Regresi Linier Berganda	62
4.10 Hasil Koefesien Korelasi	63
4.11 Hasil Koefesien Determinasi	64
4.12 Hasil Uji F Simultan.....	66
4.13 Hasil Uji t Parsial	68

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1: Kerangka Berfikir.....	31
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Wrangler Palembang Indah Mall.....	50.

ABSTRAK

INDRISULISTIA NINGSIH, PENGARUH ATRIBUT PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SHOWROOM WRANGLER PLEMBANG INDAH MALL.

Dibawah Bimbingan Bpk Azmir Ferdiansyah, S.E., M.M. dan Bapak M.A Baidowi, S.E., M.M.

Pada dasarnya, skripsi ini untuk menganalisis hubungan bagaimana Pengaruh Atribut Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Showroom Wrangler Palembang Indah Mall. Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Atribut Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Showroom Wrangler Palembang Indah Mall. secara simultan maupun parsial. Penelitian ini menggunakan analisis linear berganda. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif, analisis statistik inferensial, analisis linear berganda, koefisien korelasi, koefisien determinasi, uji simultan (F), dan uji parsial (t) dengan menggunakan SPSS 26.

Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut Atribut Produk, Citra Merek Dan Harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian. Sedangkan variabel Distribusi tidak berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian. Citra Merek dan Harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Pelanggan Showroom Wrangler Palembang Indah Mall

Kata Kunci : Atribut Produk, Citra Merek Dan Harga

ABSTRACT

INDRISULISTIA NINGSIH, THE INFLUENCE OF PRODUCT ATTRIBUTES, BRAND IMAGE AND PRICE ON PURCHASING DECISIONS ON WRANGLER SHOWROOM PALEMBANG INDAH MALL, Under the guidance of Mr. Azmir Ferdiansyah, S.E., M.M And Mr. M.A Baidowi, S.E., M.M

Basically, this thesis is to analyze the relationship of how the influence of product attributes, brand image and price on purchasing decisions at the Palembang Indah Mall Wrangler Showroom. The goal to be achieved from this study is to determine the effect of product attributes, brand image and price on purchasing decisions at the Wrangler Palembang Indah Mall showroom. simultaneously or partially. This study uses multiple linear analysis. The analysis technique used is descriptive statistical analysis, inferential statistical analysis, multiple linear analysis, correlation coefficient, coefficient of determination, simultaneous test (F), and partial test (t) using SPSS 26.

The results of this study are as follows: Product Attributes, Brand Image and Price simultaneously have a significant effect on purchasing decisions. While the distribution variable has no positive and significant effect partially on the Purchase Decision. Brand Image and Price have a positive and significant effect partially on Wrangler Palembang Indah Mall Showroom Customers

Keywords: Product Attributes, Brand Image And Price

RIWAYAT HIDUP

INDRI SULISTIA NINGSIH, Dilahirkan di kota Palembang Sumatera Selatan pada tanggal 04 Mei 1998 anak ketiga dari tiga saudara dari pasangan Bapak Asnawi dan Ibu Romaya.

Sekolah Dasar diselesaikan pada tahun 2010 di SD Negeri 43 Kota Palembang, Sekolah Menengah Pertama diselesaikan pada tahun 2013 di SMP Negeri 22 Kota Palembang, dan selanjutnya menyelesaikan Sekolah Menengah Atas pada tahun 2016 di SMK Negeri 5 Kota Palembang. Pada Tahun 2018 saya memasuki Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Tridinanti Palembang

Palembang, April 2023

Indrsulistia Ningsih

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Seiring berkembangnya model pakaian yang selalu mengikuti zaman berkembang pula berbagai macam model penawaran produk yg di tawarkan oleh produsen barang jadi khususnya produsen produk jeans yang hanya ada beberapa merek terkenal yang banyak di pakai oleh kalangan masyarakat pada umumnya hal tersebut di karenakan pertimbangan dari konsumen yang memilih produk jeans yang sering di temui adalah bahan jeans,desain,merek , harga serta prestise yg di dapat jika membeli dan memakai produk jeans tersebut.

Perusahaan dalam menawarkan produknya tidak hanya sekedar berorientasi kepada produk akan tetapi juga berorientasi kepada kepuasan konsumen, dimana konsumen sangat berperan didalam kemajuan dan eksistensi perusahaan, perusahaan yang memegasng konsep pemasaran akan cenderung mendapat simpati dari konsumen potensial dan loyalitas dari konsumen

Perusahaan produsen celana jeans dituntut untuk bisa selalu tepat dalam memilih target pasar untuk dijadikan pasar sasaran dalam memasarkan produk celana jeans yang diproduksi. Mulai dari pertimbangan model, warna, bahan, hingga harga yang ditawarkssan merupakan hal yang sangat penting untuk dipertimbangkan secara matang oleh perusahaan produsen celana jeans

Keputusan konsumen dalam membeli suatu produk yang di tawarkan tidak terlepas dari atribut produk yang di tawarkan perusahaan ,atribut produk itu sendiri antara lain adalah model atau desain,kualitas,garansi dan hal-hal lain yang melekat pada suatu produk.

Telah kita ketahui bahwa celana jeans merupakan salah satu jenis celana yang sangat akrab dan familiar bagi kebanyakan masyarakat, dari kalangan bawah hingga bagi kalangan menengah ke atas. Alasan dalam memilih celana jeans sebagai jenis celana yang banyak digunakan oleh masyarakat merupakan hasil dari berbagai macam perilaku yang timbul dari berbagai tipe konsumen yang memilih dan memakai celana jeans. Berdasarkan berbagai macam pertimbangan tersebut, menurut penulis, atribut produk merupakan salah satu pertimbangan pemilihan celana jeans yang sangat sering dipertimbangan oleh masyarakat yang memilih dan membeli salah satu atau lebih merek celana jeans.

Kotler dan Armstrong (2014:543) menjelaskan Atribut produk merupakan unsur yang menjadi pembeda pada suatu produk, sehingga memberikan nilai tambah, manfaat serta menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan pembelian. Atribut produk ini mempunyai pengaruh besar pada persepsi pembeli terhadap produk. Selain membedakan suatu produk dengan produk lain, atribut produk juga harus mampu menjadi suatu daya tarik bagi konsumen. Hal itu disebabkan karena secara fisik atribut produk membawa berbagai macam manfaat yang dibutuhkan dan diinginkan pembeli. Berdasarkan pengertian di atas dan disesuaikan dengan penelitian ini

maka peneliti merangkum bahwa atribut produk adalah unsur yang menjadi pembeda suatu produk dengan produk lainnya sehingga memberikan manfaat bagi pelanggan.

Citra merek merupakan peranan yang membuat perusahaan memperkuat produknya agar terciptanya citra merek yang positif dan melekat di benak Pelanggan. Produk yang memiliki citra merek dan atribut produk yang baik cenderung lebih diingat oleh Pelanggan, sementara produk yang citra merek dan Atribut produk yang buruk tidak akan dipertimbangkan sama sekali. Citra merek dan Atribut produk yang baik maka dapat menimbulkan rasa puas dihati Pelanggan sehingga Pelanggan melakukan keputusan pembelian pada perusahaan, dalam perencanaan suatu produk, perancangan dan desain yang baik sangat diperlukan untuk menghasilkan suatu produk yang memiliki kualitas yang dapat memenuhi standar dan spesifikasi produk yang diinginkan.

Harga juga menjadi salah satu faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian, karena pelanggan memiliki persepsi harga barang berbeda – beda disetiap produk dari *brands* yang di minatnya. Bauran ritel terdiri dari beberapa elemen yaitu *Place, People, Product, Price, Promotion*. Tingkat harga pada suatu toko dapat mempengaruhi cara berpikir konsumen terhadap unsur-unsur lain dari bauran ritel. Contohnya tingkat harga sering dianggap dapat mencerminkan kualitas dari barang dagangan dan pelayanan yang diberikan, sehingga pada akhirnya juga akan mempengaruhi pelanggan dalam menentukan pilihannya untuk berbelanja disebuah *store*.

Keputusan pembelian merupakan keputusan final yang di miliki seorang konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa dengan berbagai pertimbangan-pertimbangan tertentu. Keputusan pembelian yang di lakukan oleh konsumen menggambarkan seberapa jauh pemasar dalam usaha memasarkan suatu produk ke konsumen. Sebelum konsumen melakukan keputusan pembelian sebelumnya melewati bebrbagai tahapan-tahapan untuk keputusan pembelian atau tidaknya.

Keputusan pembelian akan hadir ketika kebutuhan ada yang di dahului oleh proses pertimbangan untuk memilih produk

Salah satu kebutuhan masyarakat adalah kebutuhan akan sandang atau pakaian, dimana pakaian merupakan salah satu kebutuhan pokok dari manusia. Banyak jenis, model, dan warna yang ditawarkan, dari harga yang relatif cukup murah sampai harga yang cukup mahal, hal ini tentunya ditujukan agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan semua kalangan masyarakat. Salah satu jenis pakaian yang cukup diminati adalah celana jeans, Berbagai merk, jenis dan tipe celana jeans yang ditawarkan memiliki keunggulan serta kekurangan yang melekat pada masing-masing produk. Sebagai contoh celana jeans dengan merek Wrangler. Celana jeans merek Wrangler ini cukup terkenal di dunia, di Indonesia merek ini juga sudah cukup terkenal, hal ini dibuktikan dengan banyaknya masyarakat Indonesia yang sangat menginginkan celana jeans merek ini, kalangan mahasiswa pun banyak ditemui menggunakan celana jeans Wrangler, baik untuk kegiatan di dalam kampus maupun untuk kegiatan di luar kampus

Berdasarkan Latar belakang penelitian di atas uraian yang telah dikemukakan maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian ke dalam bentuk Skripsi dengan judul

“Pengaruh Atribut Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sworoom Wrangler Palembang Indah Mall “

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di diatas, maka dapat rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh atribut produk,citra merek dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Wrangler Showroom Palembang Indah Mall?
2. Apakah terdapat pengaruh atribut produk secara parsial terhadap keputusan pembelian pada showroom Wrangler Palembang indah mall?
3. Apakah terdapat pengaruh citra merek secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Showroom Wrangler Palembang Indah Mall ?
4. Apakah terdapat pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Showroom Wrangler Palembang Indah Mall

1.3 Tujuan Penelitian

Dari pemaparan rumusan masalah diatas maka tujuan dalam penelitian ini antara lain :

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh atribut produk, citra merek dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Showroom Wrangler Palembang Indah Mall.
2. Untuk mengetahui pengaruh atribut produk secara persial terhadap keputusan pembelian pada Wrangler Showroom Palembang Indah Mall.
3. Untuk mengetahui pengaruh Citra Merek secara persial terhadap Keputusan Pembelian pada ShowroomWrangler Palembang Indah Mal.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga secara persial terhadap Keputusan Pembelian pada Wrangler Showroom Palembang Indah Mall.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat bagi berbagai pihak, diantaranya:

1. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan refensi, dan sumber pengetahuan bagi kalangan akademik. Penelitian ini erat hubungannya dengan mata kuliah Akuntansi Keuangan. Penelitian ini diharapkan dapat dikembangkan lebih jauh lagi di penelitian selanjutnya.

2. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan menghasilkan temuan yang berguna bagi pemasar Wrangler dalam menciptakan minat beli produk Wrangler . Penelitian ini juga dapat menjadi pertimbangan dan masukan dalam memasarkan produk

Wrangler

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan, 2008. *Marketing Yogyakarta*. Media Pressindo
- Sita Budiastari, 2020. *Pemasaran “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Batik Cap Jenongoron*
- Kanuk, dan Schiffman. 2011. *Harga*. Jakarta: Indeks
- Kassim, N. dan Abdullah, Nor A. 2010. *Pengaruh Dimensi Perceived Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Dalam pengaturan E- Commerce: Lintas Budaya Analisis*.
- Kotler Philip dan Keller Kevin Lane. 2011 *Manajemen pemasaran*. Edisi 13 jilid 1, Jakarta: Erlangga.
- Kotler Philip dan Keller Kevin Lane. 2011 *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13, Jilid 2. Jakarta :Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, (2014), *Principles of Marketing*, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta: Erlangga.
- Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie L. (2014). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta : ANDI
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, 2012, *Principles of Marketing, 15th Edition, Pearson Education Limited*.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2012, *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta erlangga
- Anngi Januar Qodaryadi 2013. *Persepsi Konsumen Tentang Citra Merek, Atribut Produk dan harga Terhadap proses pengambilan Keputusan Pembelian Smartphone (Studi Konsumen Blackberry Yogyakarta)*
- Jannah selviana 2021 *Pengaruh Citra Merek, desain Produk dan harga terhadap Loyalitas pelanggan The Executive Palembang Icon*
- Sita Budiastari 2020 *Pengaruh Citra merek, Kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan batik cap jenongoron*
- Pedoman Penulisan Skripsi dan Laporan Akhir. Edisi Kedua Cetakan Pertama. Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti Palembang