

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA,  
KUALITAS PELAYANAN, DESAIN PRODUK,  
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN COLD STORAGE  
(Studi pada konsumen PT. USAHA MUDA PUTRA  
JAYA)**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat Untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)

pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis

Universitas Diponegoro

**Disusun Oleh:**  
**HERMAWAN GUNTORO**  
NIM 12010112140256

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**SEMARANG**

**2016**

## **PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama Penyusun : Hermawan Guntoro

Nomor Induk Mahasiswa : 12010112140256

Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis / Manajemen

Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH PERSEPSI  
HARGA, KUALITAS PELAYANAN,  
DESAIN PRODUK, DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
COLD STORAGE (Studi pada konsumen  
PT. USAHA MUDA PUTRA JAYA)

Dosen Pembimbing : Imroatul Khasanah, S.E., M.M.

Semarang, 14 November 2016

Dosen Pembimbing

Imroatul Khasanah, S.E., M.M.

NIP.197510152002122004

## **PENGESAHAN KELULUSAN**

Nama Penyusun : Hermawan Guntoro  
Nomor Induk Mahasiswa : 12010112140256  
Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomika dan Bisnis / Manajemen  
Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA,  
KUALITAS PELAYANAN, DESAIN PRODUK,  
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN COLD STORAGE (Studi pada  
konsumen PT. USAHA MUDA PUTRA JAYA)

**Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 1 Desember 2016**

Tim Penguji

1. Imroatul Khasanah, SE, MM (.....)
2. Drs. H. Sutopo, MS (.....)
3. Drs. Suryono Budi S, MM (.....)

## **PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, Hermawan Guntoro, menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DESAIN PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN COLD STORAGE (Studi pada konsumen PT. USAHA MUDA PUTRA JAYA)”** adalah hasil tulisan saya sendiri. 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 menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 14 November 2016  
Yang membuat pernyataan

Hermawan Guntoro  
NIM.12010112140256

## **MOTO DAN PERSEMBAHAN**

“Wahai orang –orang yang beriman menolonglah kalian pada (urusan) Allah, maka Allah akan menolong (urusan) kalian dan Allah akan menetapkan telapak kaki kalian (dalam keimanan).”

**( QS. Surat Muhammad Ayat 7)**

“Seseorang membutuhkan sedikit kegilaan, kalau tidak dia tak pernah berani memotong tali untuk membebaskan diri.”

**(Nikos Kazantzakis)**

“Penghargaan paling tinggi bagi seorang pekerja keras bukanlah apa yang dia peroleh dari pekerjaan itu, tapi menjadi seperti apa dia dengan kerja kerasnya itu.”

**(John Ruskin)**

Skripsi ini ku persembahkan untuk :  
Keluarga ku tercinta

## ABSTRACT

*This research reliable by the decreasing sales of cold storage at PT. USAHA MUDA PUTRA JAYA for several months. Then some factors that influence the purchase decision are need based on that public. This research is intended to know the perception effect of price, service quality, product design, and brand image on purchase decisions of cold storage at PT. USAHA MUDA PUTRA JAYA and determine what variable which has the greatest influence on purchase decisions of cold storage at PT. USAHA MUDA PUTRA JAYA.*

*The research data were collected from 100 consumers of PT. USAHA MUDA PUTRA JAYA. The used sampling technique choose in this reseach is purposive sample technique. Then the analysis in this research is multiple linear regression analysis. The validity, reliability and classical assumption had been usually tested before. After multiple linear regression analysis has been done, hypothesis and the coefficient of determination test was done. The results of the research is the following regression equation:  $Y = 0.162 X1 + 0.155 X2 + 0.512 X3 + 0.172 X4$ .*

*The results of multiple linear regression analysis showed variables of price, service quality, product design, and brand image perception have positive influence on purchase decisions. The variable which has the biggest impact is the products design, followed by brand image and price perception, while smallest effect is on the service quality. The analysis result by using Uji T showed that perceptions of price, service quality, product design and brand image individually has significant influence on purchasing decisions. This equation model has F value of 369.929 with a significance level of 0.000. The results of analysis by using the coefficient of determination indicated that about 93.7% of the purchase decision can be explained by the perception of price, service quality, product design and brand image, while 6.3% is explained by other variables that are not used in this research.*

*Keywords: purchasing decisions, perceptions of price, service quality, product design, brand image.*

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan karena terjadi penurunan penjualan pada cold storage di PT. USAHA MUDA PUTRA JAYA selama beberapa bulan berturut-turut, sehingga perlu diketahui faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi harga, kualitas pelayanan, desain produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada cold storage di PT. USAHA MUDA PUTRA JAYA dan untuk mengetahui variabel apa yang memiliki pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian pada cold storage di PT. USAHA MUDA PUTRA JAYA.

Data penelitian ini dikumpulkan dari 100 konsumen PT. USAHA MUDA PUTRA JAYA. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sample*. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Sebelumnya dilakukan uji validitas, reliabilitas dan uji asumsi klasik. Setelah analisis regresi linier berganda dilakukan uji hipotesis dan koefisien determinasi. Hasil penelitian mendapatkan bahwa persamaan regresi sebagai berikut:  $Y = 0,162 X_1 + 0,155 X_2 + 0,512 X_3 + 0,172 X_4$ .

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan variabel persepsi harga, kualitas pelayanan, desain produk, dan citra merek mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Variabel yang memiliki pengaruh paling besar adalah desain produk, diikuti oleh citra merek dan persepsi harga, sedangkan yang memiliki pengaruh paling kecil adalah kualitas pelayanan. Hasil analisis dengan menggunakan uji t menunjukkan bahwa persepsi harga, kualitas pelayanan, desain produk dan citra merek secara individual memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Model persamaan ini memiliki nilai F sebesar 369,929 dengan tingkat signifikansi 0.000. Hasil analisis dengan menggunakan koefisien determinasi menunjukkan sekitar 93,7% dari keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel persepsi harga, kualitas pelayanan, desain produk dan citra merek sedangkan 6,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata kunci: keputusan pembelian, persepsi harga, kualitas pelayanan, desain produk , citra merek.

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Desain Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Cold Storage (Studi pada konsumen PT. USAHA MUDA PUTRA JAYA) pada akhirnya dapat terselesaikan. Skripsi ini dibuat sebagai syarat dalam menyelesaikan studi pada jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

Skripsi ini merupakan hasil penelitian lapangan yang disajikan dalam bentuk karya ilmiah yang terdiri dari lima bab yaitu; Pendahuluan, Tinjauan Pustaka, Metode Penelitian, Hasil dan Pembahasan serta Penutup yang berisi Kesimpulan dan Saran.

Terselesainya skripsi ini tidak mungkin tanpa berkat Tuhan Yang Maha Esa dan bantuan dari berbagai pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dengan diiringi rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih kepada :

1. Allah SWT atas segala limpahan Rahmat dan Hidayah-Nya kepada penulis serta Nabi Muhammad SAW sebagai teladan dalam hidup.
2. Bapak Dr. Suharnomo, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

3. Bapak Dr. Harjum Muharam, S.E., M.E. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
4. Kedua orang tua saya dan kedua adik saya, Bapak Gunawan Widodo, Ibu Sri Rahayu, Puspa Siwi Wulandari, dan Amalia Widyawati yang senantiasa memberikan Doa, motivasi, dan mendukung untuk keberhasilan penulis. Terima kasih atas segala pengorbanan dan ketulusan yang telah diberikan selama ini.
5. Ibu Imroatul Khasanah, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk membimbing, memberikan nasihat, dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Rini Nugraheni Dra., M.M. selaku dosen wali yang telah memberikan arahan, dukungan, dan motivasi selama masa perkuliahan.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis selama proses perkuliahan.
8. Aryani wuryandari yang telah memberikan perhatian, semangat dan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Bapak Susilo Budi, beserta karyawan PT.USAHA MUDA PUTRA JAYA yang telah memberikan ijin dan membantu untuk kelancaran penelitian ini.
10. Seluruh responden yang telah memberikan waktunya untuk mengisi kuesisioner dan informasi untuk membantu penyelesaian skripsi ini.

11. Sahabat seperjuangan : Panji Usmar, M.F Arganata, Brian Hesmu, Gian G, Kama Adytia, Yahya Nur, Bowo, wayan, Panca, Adrian, Nino, Indah, Isma , Pak Aab, Pak Supri, Ridho, Riyandi, Rheza dan Medy terima kasih atas doa, dukungan, semangat, motivasi dan kebersamaannya selama ini.
12. Jefri, Maul, Bayu, Arif, Vahdist, Megi, Sony, Ipang, dan Seluruh teman-teman manajemen 2012 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terimakasih atas kebersamaan yang telah terjalin selama hampir 4 tahun ini yang sangat berarti untuk penulis.
13. Teman – teman KKN Tim I UNDIP 2015/2016 Desa Jlegong, Kecamatan Keling, Kabupaten Jepara (Taufik, Igmaniar, Lambang, Wahyu, Aves, Kiki, Laras, Lulu, Lupi dan Fika). Terima kasih atas kebersamaan selama 35 hari yang sangat berarti, penuh dengan keceriaan dan canda tawa yang tidak akan pernah terlupakan.
14. Semua pihak yang telah membantu baik secara moral maupun material dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas semua kebaikan kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Diharapkan tulisan ini dapat bermanfaat khususnya bagi penelitian sejenis dan bagi pihak-pihak yang terlibat. Kritik dan saran yang membangun sangat dibutuhkan untuk penulisan karya ilmiah selanjutnya. Terima kasih.

Semarang, 14 November 2016

Hermawan Guntoro

NIM. 12010112140256

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN .....	iii
MOTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	12
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	12
1.3.2 Manfaat Penelitian .....	13
1.4 Sistematika Penulisan.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Landasan Teori .....	16
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	16
2.1.2 Perilaku Konsumen .....	17
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	23
2.1.4 Persepsi harga.....	26
2.1.4.1 Konsep Persepsi harga.....	26
2.1.4.2 Pengaruh Persepsi harga dengan Keputusan Pembelian.....	28
2.1.5 Kualitas Pelayanan .....	29

2.1.5.1	Konsep Kualitas Pelayanan .....	29
2.1.5.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian .....	32
2.1.6	Desain Produk .....	33
2.1.6.1	Konsep Desain Produk.....	33
2.1.6.2	Pengaruh Desain Produk dengan Keputusan Pembelian .....	38
2.1.7	Citra Merek .....	38
2.1.7.1	Konsep Citra Merek.....	38
2.1.7.2	Pengaruh Citra Merek dengan Keputusan Pembelian .....	41
2.1.8	Penelitian Terdahulu .....	42
2.1.9	Kerangka Pemikiran Teoritis .....	45
2.1.10	Hipotesis.....	46
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>47</b>
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	47
3.1.1	Variabel Penelitian .....	47
3.1.2	Definisi Operasional.....	48
3.2	Penentuan Populasi dan Sampel.....	50
3.2.1	Populasi .....	50
3.2.2	Sampel.....	51
3.3	Jenis dan Sumber Data .....	52
3.3.1	Data Primer .....	52
3.3.2	Data Sekunder .....	53
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	53
3.4.1	Studi Pustaka.....	53
3.4.2	Kuesioner .....	53
3.5	Teknik Pengolahan Data .....	54
3.6	Metode Analisis.....	56
3.6.1	Uji Instrumen .....	56
3.6.1.1	Uji Validitas.....	56

3.6.1.2	Reliabilitas .....	57
3.6.2	Uji Asumsi Klasik .....	57
3.6.2.1	Uji Normalitas.....	57
3.6.2.2	Uji Heteroskedastisitas .....	58
3.6.2.3	Uji Multikolinearitas.....	58
3.6.3	Regresi Linier Berganda .....	59
3.6.4	Uji Goodness of Fit .....	60
3.6.4.1	Uji Signifikansi Stimulan ( Uji statistik F) .....	60
3.6.4.2	Pengujian Hipotesis (Uji – t) .....	61
3.6.4.3	Koefisien Determinasi ( $R_{Square}$ ).....	62
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN .....	64
4.1	Gambaran Umum Responden.....	64
4.2	Analisa Data .....	70
4.2.1	Analisis Deskriptif Variabel.....	70
4.2.2	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	88
4.2.2.1	Uji Validitas .....	89
4.2.2.2	Uji Reliabilitas .....	90
4.2.3	Uji Asumsi Klasik.....	91
4.2.4	Analisis Regresi Berganda .....	96
4.2.5	Goodness Of Fit .....	98
4.2.6	Pengujian Hipotesis.....	99
4.2.7	Koefisien Determinasi.....	100
4.3	Pembahasan .....	101
BAB V	PENUTUP.....	111
5.3	Simpulan.....	111
5.2	Saran.....	112
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan.....	112
5.2.2	Saran Bagi Penelitian Mendatang.....	114

5.3 Keterbatasan Penelitian .....	115
DAFTAR PUSTAKA .....	116
LAMPIRAN.....	121

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan PT.USAHA MUDA PUTRA JAYA Periode 2013 – 2015 .....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	42
Tabel 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	48
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	65
Tabel 4.2 Usia Responden.....	66
Tabel 4.3 Pendidikan Responden.....	67
Tabel 4.4 Pendapatan Per Bulan Responden.....	68
Tabel 4.5 Pekerjaan Responden .....	69
Tabel 4.6 Hasil Statistik Deskriptif Persepsi Harga.....	72
Tabel 4.7 Pernyataan Responden Terhadap Item Pertanyaan Persepsi Harga.....	74
Tabel 4.8 Hasil Statistik Deskriptif Kualitas Pelayanan .....	75
Tabel 4.9 Pernyataan Responden Terhadap Item Pertanyaan Kualitas Pelayanan .....	78
Tabel 4.10 Hasil Statistik Deskriptif Desain Produk .....	80
Tabel 4.11 Pernyataan Responden Terhadap Item Pertanyaan Desain Produk .....	82
Tabel 4.12 Hasil Statistik Deskriptif Citra Merek .....	83
Tabel 4.13 Pernyataan Responden Terhadap Item Pertanyaan Citra Merek .....	85
Tabel 4.14 Hasil Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian.....	86
Tabel 4.15 Pernyataan Responden Terhadap Item Pertanyaan Keputusan Pembelian .....	88
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas.....	89
Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas.....	91
Tabel 4.18 Hasil Uji Multikolinieritas .....	96
Tabel 4.19 Hasil Analisis Regresi Berganda .....	97
Tabel 4.20 Hasil Uji – F.....	98
Tabel 4.21 Hasil Uji – t.....	99
Tabel 4.22 Hasil Koefisien Determinasi .....	100

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Proses Keputusan Pembelian Menurut (Kotler dan Keller, 2008) .....	24
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	45
Gambar 4. 1 Uji Normalitas Histogram .....	92
Gambar 4. 2 Uji Normalitas Normal P – P Plot.....	93
Gambar 4. 3 Uji Heteroskedastitas .....	95

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A Kuesioner .....	122
LAMPIRAN B Hasil Kuesioner .....	133
LAMPIRAN C Frekuensi Tabel Hasil Kuesioner .....	137
LAMPIRAN D Hasil Uji Validitas .....	146
LAMPIRAN E Hasil Uji Reliabilitas.....	150
LAMPIRAN F Hasil Uji Normalitas .....	155
LAMPIRAN G Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	157
LAMPIRAN H Hasil Regresi .....	158
LAMPIRAN I Surat Keterangan Penelitian.....	160

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Di era globalisasi saat ini perkembangan usaha bisnis semakin pesat, ditandai dengan tingkat persaingan yang semakin tinggi dan ketat. Untuk menarik minat konsumen membeli produk yang ditawarkan maka dibutuhkan adanya persepsi harga yang kompetitif dibandingkan persepsi harga yang ditawarkan pesaing, kualitas pelayanan yang ramah, desain produk yang menarik dan citra merek yang bagus mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan. Citra merek yang bagus akan membuat konsumen tidak ragu untuk memilih produk yang ditawarkan, serta desain produk yang menarik akan mempengaruhi minat konsumen untuk membeli produk tersebut. Setelah melihat adanya desain produk yang menarik, maka dengan sendirinya konsumen akan mencoba membandingkan persepsi harga yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut dibandingkan dengan persepsi harga yang ditawarkan oleh pesaing. Hal yang kemudian diperhatikan oleh konsumen setelah mengetahui secara spesifik suatu produk adalah bagaimana kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan.

Oleh karena itu perusahaan dituntut selalu mengerti apa yang diinginkan konsumen. Perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menggunakan dan menentukan produk

dan jasa termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan-tindakan tersebut (Tjiptono, 2008). Permintaan pasar sekarang sangatlah beragam mulai dari kalangan atas, menengah dan bawah. Dari hal tersebut perusahaan dituntut untuk selalu berinovasi karena kemauan konsumen selalu berubah-ubah.

Perkembangan teknologi dan industri membawa dampak bagi kehidupan manusia terutama pada dunia bisnis saat ini, di samping itu banyaknya usaha bermunculan baik perusahaan kecil maupun besar berdampak pada persaingan yang ketat antar perusahaan, terutama persaingan yang berasal dari perusahaan sejenis. Persaingan bisnis menuntut perusahaan harus mampu bersikap dan bertindak cepat dan tepat dalam menghadapi persaingan di lingkungan bisnis yang bergerak sangat dinamis dan penuh dengan ketidak pastian ( Pujadi, 2010 ).

Perusahaan harus berupaya menawarkan produk yang berkualitas dan mempunyai harga yang ekonomis sebab itu kunci utama dalam memenangkan persaingan pasar yang pada akhirnya akan dapat memberikan nilai kepuasan yang lebih tinggi kepada konsumen. Apabila perusahaan tidak memperhatikan aspek-aspek seperti persepsi harga, kualitas pelayanan, desain produk dan citra merek akan mengakibatkan perusahaan tersebut akan kalah dalam bersaing sebab konsumen menjadi lebih teliti dalam melakukan pembelian dan memilih suatu produk yang mereka beli.

Dahulu untuk mengawetan suatu makanan, buah, daging, sayuran dan lain sebagainya menggunakan es atau salju, sejak 1000 tahun sebelum masehi. Pada tahun 1850 mulai menggunakan ruangan pendingin. Dengan semakin berkembangnya zaman, ruangan pendingin mulai berinovasi dari tahun ke tahun untuk menjadi lebih sempurna dibandingkan pada tahun sebelumnya. Ruangan pendingin tersebut biasa disebut *cold storage*.

*Cold storage* adalah suatu fasilitas yang sering digunakan dalam penyimpanan bahan-bahan hasil pertanian dan industry. Dengan mendinginkan suhu suatu bahan atau produk, maka aktifitas enzim atau mikroba yang berada didalamnya akan berkurang. Sehingga kerusakan atau penurunan mutu dapat dihambat. Pada sayur-sayuran atau buah-buahan, kontrol pada proses pendinginan merupakan factor kritis, karena bisa mengakibatkan *chilling injury*, bila dibawah suhu tertentu.

Bangunan *cold storage* adalah sebuah struktur yang digunakan untuk menyimpan berbagai macam bahan agar tidak mengalami pembusukan, hingga pada waktunya akan dikirimkan kepada yang akan menggunakannya, yang mana pencegahan terjadinya kerusakan, menggunakan proses pendinginan atau penurunan suhu. *Cold storage* dapat digambarkan sebagai struktur atau bangunan besar yang memiliki fungsi seperti lemari pendingin. Bangunan dengan temperature yang rendah ini tentunya baru bisa digunakan dengan baik jika ruangan tertutup dengan sangat rapat. Dalam pengertian tidak ada sirkulasi udara (udara yang keluar masuk) dan

menggunakan peralatan pendingin (*refrigerator*), yang mengeluarkan udara dingin dan menjaga suhu tetap rendah.

*Cold storage* dapat mempertahankan mutu makanan selama 1 – 6 bulan, tergantung pada keadaan dan jenis makanan. Cara pembekuan dan cara penyimpanannya dengan teknik penanganan yang ideal, makanan dapat disimpan lebih dari 6 bulan dalam cold storage. Menurut jenisnya ruang pendingin dibagi menjadi empat yakni (1) *Chilled Room* adalah ruang pendingin temperatur rendah antara 1 ~ 10°C. Ruangan ini digunakan untuk menyimpan bahan makanan fresh food, seperti sayur sayuran, buah buahan dan menyimpan bahan lainnya dengan daya tahan hingga 2 bulan. (2) *Freezer Room* temperatur ruangan umumnya antara 0°C ~ - 20°C, untuk gudang penyimpanan ikan, daging, ayam, sosis, susu, keju, kentang dan untuk semua jenis bahan makanan, dan bahan-bahan lainya yang membutuhkan temperatur beku. (3) *Blast Chiller* digunakan untuk pendinginan cepat setelah proses memasak selesai dengan target temperatur 1°C~ - 4°C. (4) *Blast Freezer* digunakan untuk pendinginan beku secara cepat untuk makanan olahan maupun untuk daging, ikan maupun udang. Target temperatur -20°C ~ - 35°C.

Maka saat ini usaha tersebut mulai berkembang dan usaha di bidang ruangan pendingin sangatlah menjanjikan karena pasarnya yang luas, salah satu usaha tersebut bisa ditemui di Semarang. Pada kota tersebut yang melayani pembuatan ruangan pendingin sangatlah banyak antara lain ada PT. USAHA MUDA PUTRA JAYA.

Perusahaan tersebut bergerak dibidang fabrikasi Panel Insulation, dimana Panel Insulation itu sendiri merupakan material utama yang digunakan dalam konstruksi. PT. USAHA MUDA PUTRA JAYA berdiri sejak tahun 1989. Pada awal berdirinya PT. USAHA MUDA PUTRA JAYA memang hanya dimulai dari suatu badan usaha yang bersifat industry dengan skala kecil. Akan tetapi seiring berjalanya waktu, PT. USAHA MUDA PUTRA JAYA mulai tumbuh berkembang secara pelan tapi pasti, walaupun dalam perjalanannya banyak mengalami jatuh bangun dalam perjalanannya di dunia bisnis.

Produk PT. USAHA MUDA PUTRA JAYA meliputi :*Cold Storage, Cold storage freezer, Cold storage chiller, Air Blast Freezer, Shelter Ckd, Mortuary Cabinet, Unit Mesin Pendingin, Open Type Compressor* dan *Polyurethane Panel (PU) Sandwich Panel*. Untuk setiap ruang di bedakan menurut ketebalan *sandwich* panel yaitu ketebalan 50 mm, 75 mm, 100 mm, 125 mm dan 150 mm. Persaingan dalam usaha ini sangatlah ketat, pesaing bukan hanya di kota Semarang saja, akan tetapi di kota-kota besar mulai banyak yang menjalankan usaha di bidang pendingin yang berdampak pada penurunan omzet penjualan dan merasakan betapa beratnya persaingan industri di bidang tersebut. Berikut ini disajikan data penjualan PT. USAHA MUDA PUTRA JAYA selama 3 tahun terakhir (2013-2015).

**Tabel 1. 1**  
**Data Penjualan**  
**PT.USAHA MUDA PUTRA JAYA**  
**Periode 2013 – 2015**

BULAN	TAHUN		
	2013	2014	2015
Januari	406,928,000.00	216,125,000.00	459,320,000.00
Februari	300,445,000.00	396,295,000.00	431,430,000.00
Maret	392.340,000.00	286,220,000.00	423,870,000.00
April	343,546,000.00	400,425,000.00	387,230,000.00
Mei	423,452,000.00	410,170,000.00	298,350,000.00
Juni	467,578,000.00	513,170,000.00	356,870,000.00
Juli	565,548,000.00	446,620,000.00	413,025,000.00
Agustus	532,763,000.00	291,625,000.00	254,430,000.00
September	621,986,000.00	466,675,000.00	313,000,000.00
Oktober	454,982.000.00	436,125,000.00	300,500,000.00
November	476,962,000.00	506,000,000.00	284,090,000.00
Desember	507,235,000.00	516,925,000.00	290,056,000.00
Total	5,493,765,000.00	4,886,375,000.00	4,212,171,000.00

**Sumber : PT. USAHA MUDA PUTRA JAYA, 2016**

Dari data penjualan PT. USAHA MUDA PUTRA JAYA di atas dapat terlihat bahwa pada tahun 2013 ke tahun 2014, Selain itu dari tahun 2014 ke tahun 2015 mengalami penurunan, penurunan tersebut disebabkan oleh beberapa masalah yang terjadi. Selanjutnya dapat dilihat bahwa terdapat beberapa bulan tertentu yang penjualannya tinggi dibandingkan oleh bulan yang lain. Oleh sebab itu pelaku usaha dapat menetapkan strategi pemasaran yang tepat dalam mencapai tujuan perusahaan. Faktor yang mempengaruhi dalam proses keputusan pembelian antara lain yaitu persepsi harga, kualitas pelayanan, desain produk dan citra merek yang dilakukan oleh pelaku usaha.

Keputusan pembelian menurut (Nugroho, 2003) adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Keputusan pembelian merupakan keputusan dimana konsumen akan memilih salah satu dari beberapa alternatif yang mungkin ada, kemudian mempertimbangkannya dan lalu konsumen akan memilih salah satu diantara pilihan-pilihan yang ada tersebut.

Persepsi harga, harga adalah sejumlah uang ditambah (beberapa barang kalau memungkinkan) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari beberapa barang beserta pelayanannya (Swastha dan Irawan, 1990). Persepsi harga di PT.Usaha Muda Putra Jaya sangatlah bervariasi, cara penentuannya berdasarkan dengan per meter dan ketebalan produk cold storage nya. Pada saat ini persepsi harga produk cold storage di PT. USAHA MUDA PUTRA JAYA terbagi menjadi lima

menurut ketebalan nya 50 mm = Rp 461.500,00 , 75 mm = Rp 516.750,00, 100 mm = Rp 572.000,00, 125 mm = Rp 627.500,00 dan 150 mm = Rp. 682.500,00. Persepsi harga tersebut bisa naik apabila konsumen meminta pintu di produk cold storage menggunakan pintu sliding dan pengerjaannya dipercepat dari pengerjaannya seperti biasa, di jenis pintu ada dua yaitu pintu swing dan pintu sliding. Akan tetapi PT. USAHA MUDA PUTRA JAYA memberikan gratis ongkos kirim bila konsumen pesan untuk wilayah semarang dan luar semarang di kenakan biaya. Akan tetapi, hal tersebut yang menjadi masalah di PT. USAHA MUDA PUTRA JAYA karena perusahaan lain bisa lebih murah seperti mengurangi bahan produksi, menggunakan bahan yang kualitasnya jelek, dan lain-lain.

Menurut (Tjiptono, 2007) kualitas pelayanan yaitu merupakan suatu upaya dalam pemenuhan kebutuhan atau keinginan konsumen serta ketepatan saat penyampaian dalam memenuhi harapan dari konsumen. Kualitas pelayanan dalam konsep bisnis yang diberikan kepada konsumen dapat berupa pelayan yang ramah saat konsumen berkunjung di perusahaan. Perusahaan yang dapat memberikan suatu pelayan yang berkualitas serta konsumen telah mendapat kepuasan maka akan tercipta pembelian kembali maupun sebaliknya (kotler, 2007). Kualitas pelayanan di PT. USAHA MUDA PUTRA JAYA ini sangatlah penting seperti memberikan informasi yang jelas kepada konsumen mengenai produk yang ditawarkan oleh PT. USAHA MUDA PUTRA JAYA itu bisa di cari lewat web PT. USAHA MUDA PUTRA JAYA yaitu [www.ruanganpendingin.com](http://www.ruanganpendingin.com) disitu di jelaskan harga- harga produk, cara pemesanan produk, cara pembayaran yang di pesan dan lain lain. Bila

kurang jelas bisa menelepon nomor yang sudah ada dalam web tersebut, ataupun bisa datang langsung di kantor PT. USAHA MUDA PUTRA JAYA , jalan raya semarang boja km 4.2 no.17 kedung pane, Semarang – Jawa Tengah. Selain itu karyawan dituntun untuk melayani konsumen yang datang di kantor dengan ramah dan sopan. Apabila konsumen mau melihat prosen pembuatan produk maka dengan senang hati karyawan menunjukan dan menerangkan tahap demi tahap proses pembuatan produk cold storage. Tetapi terkadang karyawan salah menerangkan bisa menjadi nilai negatif bagi perusahaan sehingga konsumen tidak menjadi membeli produk tersebut.

Menurut (Kotler dan Keller, 2009) desain produk adalah totalitas fitur yang mempengaruhi penampilan, rasa dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan. Desain produk yang di miliki PT. USAHA MUDA PUTRA JAYA beragam mulai tata letak, pintu, ketebalan produk, warna kemasan produk dan motif produk. Tata letak produk cold storage bisa dilihat dengan ruangan yang ada supaya sesuai dengan ruangan tersebut, pintu produk cold storage ada dua yaitu swing dan sliding, pintu sliding biasanya digunakan untuk cold storage ukuran yang lebih besar dari pada pintu swing. Ukuran terkecil cold storage PT. USAHA MUDA PUTRA JAYA yaitu 1,2 meter x 1,2 meter x 2,5 meter, Ketebalan produk cold storage dibagi menjadi 5 yaitu 50 mm untuk interior, 75 mm untuk chilled room, 100 mm untuk freezer room, 125 mm untuk blast chiler dan 150 mm untuk blast freezer. Konsumen bisa memilih warna kemasan buat produk cold storage yang konsumen beli, warna kemasan yang bisa di pakai untuk produk cold storage di PT. USAHA MUDA PUTRA JAYA yaitu merah dan biru, akan tetapi bila konsumen menginginkan warna

lain bisa. Motif sendiri ada dua motif polos dan motif W biasanya motif polos digunakan untuk interior dan motif W untuk cold storage. Kendala yang dialami PT. USAHA MUDA PUTRA JAYA yaitu alat yang kurang modern tetapi itu sudah di minimalisir dengan alat yang sudah standar kerja.

Menurut (Nugroho, 2003) citra merek (*brand image*) merupakan representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek itu. Citra terhadap merek berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek. Konsumen yang memiliki citra yang positif terhadap suatu merek, akan lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian. Semakin baik citra merek suatu produk maka konsumen dalam menentukan keputusan pembelian juga semakin tinggi. Konsumen pada umumnya akan langsung percaya kepada merek yang sudah terkenal atau dikenal banyak orang karena itu berarti merek tersebut mempunyai citra yang baik di masyarakat. Citra merek menurut (A Shimp, 2003) adalah sejenis asosiasi yang muncul di benak konsumen ketika mengingat sebuah merek tertentu. Asosiasi tersebut bisa berupa ingatan mengenai merek tersebut. Bisa berupa karakternya, ciri-ciri, kekuatan, bahkan kelemahan merek tersebut. Citra merek di PT. USAHA MUDA PUTRA JAYA adalah produk cold storage yang lebih berkualitas dibandingkan dengan perusahaan lain yang sejenis karena pembuatannya menggunakan bahan-bahan yang kualitas bagus seperti *collorbond* dan *Polyurethane* untuk membuat panel cold storage. Selain produk yang mempunyai citra merek yang bagus. Pelayanan karyawan yang ramah dan sopan, kemudahan dalam berpesanan, informasi tentang produk yang lengkap

menjadi salah satu poin plus bagi PT. USAHA MUDA PUTRA JAYA. Akan tetapi PT. USAHA MUDA PUTRA JAYA kurang dikenal diluar Jawa mejadi masalah yang cukup serius sehingga konsumen tidak tahu bahwa di semarang ada perusahaan pendingin.

Berdasarkan uraian diatas, maka cukup alasan untuk meneliti berbagai kelemahan khususnya pada persepsi harga, kualitas pelayanan, desain produk dan citra merek. Sehingga nantinya diharapkan PT. USAHA MUDA PUTRA JAYA dapat mengetahui dengan jelas pada bagian mana diperlukan perbaikan dan peningkatan guna mempertahankan dan meningkatkan volume pelanggan yang nantinya bias berpengaruh pada keputusan pembelian agar mampu bersaing dengan perusahaan lain. Oleh karena itu, itu peneliti tertarik melakukan analisis faktor–faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian cold storage pada PT. USAHA MUDA PUTRA JAYA. Sehingga dibuat penelitian dengan judul **“ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYAAAN, DESAIN PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN COLD STORAGE (Studi pada konsumen PT.USAHA MUDA PUTRA JAYA)”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan data penjualan yang diperoleh menunjukkan suatu masalah bahwa terjadi penurunan penjualan dalam kurun waktu tahun 2013 sampai tahun 2015 pada PT. USAHA MUDA PUTRA JAYA, maka ada indikasi

berkurangnya keputusan pembelian. Dari masalah penelitian tersebut maka dimunculkan pertanyaan penelitian sebagai pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian Cold storage ?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Cold storage ?
3. Apakah terdapat pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian Cold storage ?
4. Apakah terdapat pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian Cold storage ?

### **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Tujuan pada Penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian Cold storage.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Cold storage.
3. Untuk menganalisis pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian Cold storage.

4. Untuk menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian Cold storage.

### **1.3.2 Manfaat Penelitian**

Dengan dilaksanakannya penelitian ini, maka diharapkan akan ada beberapa manfaat yang diperoleh, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan dan referensi yang bermanfaat bagi perkembangan penelitian di bidang Manajemen Pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan keputusan pembelian konsumen.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Konsumen

Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber informasi bagi konsumen dalam mengetahui dan memahami persepsi harga melalui kualitas pelayanan, desain produk dan citra merek.

- b. Bagi PT. USAHA MUDA PUTRA JAYA.

Diharapkan penelitian ini dapat memberi evaluasi dan masukan, sehingga bisa lebih memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembeliannya, terutama melalui faktor persepsi harga, kualitas pelayanan, desain produk dan citra merek.

#### **1.4 Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah pemahaman isi ini maka penulis memberikan gambaran secara garis besar masing-masing bab secara keseluruhan ini akan terbagi dalam lima bab yang terdiri:

**BAB I: PENDAHULUAN** berisi tentang latar belakang masalah yang menampilkan landasan pemikiran secara garis besar baik dalam teori maupun fakta yang ada, yang menjadi alasan dibuatnya penelitian ini. Perumusan masalah berisi mengenai pernyataan tentang keadaan, fenomena dan atau konsep yang memerlukan jawaban melalui penelitian. Tujuan dan kegunaan penelitian yang merupakan hal yang diharapkan dapat dicapai mengacu pada latar belakang masalah, perumusan masalah dan hipotesis yang diajukan. Pada bagian terakhir dari bab ini yaitu sistem penulisan, diuraikan mengenai ringkasan materi yang akan dibahas pada setiap bab yang ada dalam skripsi.

**BAB II: TINJAUAN PUSTAKA** menguraikan landasan teori yang berisi jabaran teori-teori dan menjadi dasar dalam perumusan hipotesis serta membantu dalam analisis hasil penelitian. Penelitian terdahulu merupakan penelitian yang dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya yang berhubungan dengan penelitian ini. Kerangka pemikiran adalah skema yang dibuat untuk menjelaskan secara singkat permasalahan yang akan diteliti. Hipotesis adalah pernyataan yang disimpulkan dari tinjauan pustaka, serta merupakan jawaban sementara atas masalah penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN akan menguraikan variable penelitian dan definisi operasional dimana deskripsi terhadap variable yang digunakan dalam penelitian akan dibahas sekaligus melakukan pendefinisian secara operasional. Jenis dan sumber data adalah gambaran tentang data yang digunakan untuk variabel penelitian. Penentuan yang berkaitan dengan jumlah populasi dan jumlah sampel yang diambil. Kemudian metode pengumpulan data yang digunakan dan metode analisis mengungkapkan bagaimana gambaran model analisis yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN menjelaskan tentang deskripsi objek penelitian yang berisi penjelasan singkat objek yang digunakan dalam penelitian. Analisis data dan pembahasan hasil penelitian merupakan bentuk yang lebih sederhana yang mudah dibaca dan mudah diinterpretasikan meliputi deskripsi objek penelitian, analisis penelitian, serta analisis data dan pembahasan. Hasil penelitian mengungkapkan interpretasi untuk memaknai implikasi penelitian.

BAB V: PENUTUP Merupakan bab terakhir dari skripsi ini yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran dari pembahasan. Saran yang diajukan berkaitan dengan penelitian dan merupakan anjuran yang diharapkan dapat berguna bagi pihak- pihak yang memiliki kepentingan dalam penelitian.