



**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TAS DAN  
SEPATU CHARLES & KEITH  
(Studi Kasus Konsumen Charles & Keith Paragon Semarang)**

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan pendidikan Strata  
I Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Diponegoro**

**Disusun :**

**Nama: Asih Fatmawati S**

**Nim : 14020213140102**

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG**

**2017**

## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Asih Fatmawati S  
NIM : 14020213140102  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Departemen : Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul **“PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TAS DAN SEPATU CHARLES & KEITH (Studi Kasus Konsumen Charles & Keith Paragon Semarang)”** adalah benar – benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari karya ilmiah orang lain. Apabila di kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).  
Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Semarang, 4 Desember 2017

Pembuat pernyataan

Asih Fatmawati S  
NIM. 14020213140102

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TAS DAN SEPATU CHARLES & KEITH(Studi Kasus Konsumen Charles & Keith Paragon Semarang)**

Nama Penyusun : **Asih Fatmawati S**

NIM : **14020213140102**

Departemen : **Administrasi Bisnis**

**Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I**

Semarang, Desember 2017

Dekan

  
Dr. Sunarto M.Si

NIP. 19660727.199203.1.001

Wakil Dekan

  
Dr. Hedi Pradjo Santosa M.Si

NIP.19610510.198902.1.002

Dosen Pembimbing :

1. Dra. Sri Suryeko M.Si

Dosen Penguji :

1. Dr. Ari Pradhanawati, MS

2. Sendheng Nurseto, S.Sos, MAB

3. Dra. Sri Suryeko M.Si

  
\_\_\_\_\_  
  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

“Some Beautiful Paths Can't be discovered without getting lost”

-Erol Ozan-

“Extend Your Love For Lord and Pull Your Love For Your Lord, You Certainly Will Not Be Disappointed”

“ Man Jadda Wa Jada”

(barang siapa yang bersungguh-sungguh, maka pasti akan berhasil)

### **Skripsi ini penulis persembahkan :**

- Untuk orang tua tersayang, terutama mama yang selalu menyayangi saya terimakasih telah berjuang membesarkan, mendidik dan selalu mendukung selama ini.
- Untuk kakak-kakaku Widy, Dimas, Gun dan Adiku Metha, Tiwi yang telah memberi dukungan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
- Untuk sahabat-sahabat Cabs, Chika, Dwis, Anna, Ardhi dan Vendri yang menemani saya dari awal kuliah, menjadi teman apapun dalam segala kondisi.
- Untuk sahabat saya Marisa Andarini yang selalu memotivasi, menjadi tempat curahan hati
- Untuk keluarga besar Adm Bisnis 2013 terutama kelas 12
- Teman-teman KKN Desa Tondokerto Pati, There, fika, shely, Indri, Adi, Iqbal terimakasih untuk 42 hari-nya
- Semua teman-teman dekat yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih atas bantuan dan dukungannya.

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TAS DAN SEPATU  
CHARLES & KEITH  
(Studi Kasus Konsumen Charles & Keith Paragon Semarang)**

**ABSTRAK**

Dunia *Fashion* adalah dunia yang menarik dan penting bagi sebagian besar perempuan. *Fashion* sendiri digunakan dengan berbagai tujuan diantaranya, menunjukkan identitas kepada pemakainya. Charles & Keith merupakan salah satu pelaku Fashion di dunia dan juga beroperasi di Kota Semarang. Dalam tiga tahun terakhir Charles & Keith di Semarang yaitu pada tahun 2014-2016 telah mengalami penurunan penjualan .

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen Charles & Keith di Paragon Semarang. Tipe penelitian ini adalah *Explanatory research*. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode Accidental Sampling. Adapun jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Data dianalisis melalui uji validitas, uji reliabilitas, *crossstab*, koefisien korelasi, koefisien determinasi, regresi linier sederhana, regresi linier berganda, uji t, dan uji F dengan bantuan program SPSS.

Berdasarkan hasil analisis, menunjukkan bahwa citra merek Charles & Keith berada pada kategori “ baik”. Citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dan memberi sumbangan sebesar 17,6%. Kualitas produk berada pada kategori “ baik”. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dan memberi sumbangan sebesar 23,4% pada keputusan pembelian. Variabel harga berada pada kategori “mahal”. Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dan memberi sumbangan sebesar 21,4% pada keputusan pembelian.

Saran dalam penelitian ini adalah *pertama*, perusahaan diharapkan mampu mempertahankan dan meningkatkan citra yang lebih baik melalui penguatan kualitas yang sudah baik, sehingga tetap member rasa bangga kepada pemakainya. *Kedua*, program diskon dapat diterapkan dalam kebijakan harga untuk meningkatkan keputusan pembelian.

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

**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY, AND PRICE ON  
PURCHASE DECISION OF CHARLES & KEITH BAGS AND SHOES PRODUCT  
(Case Study of Charles & Keith Paragon Semarang Consumers)**

**ABSTRACT**

Fashion world is an interesting and important world for most women. Fashion itself is used with various purposes such as, to show identity of the wearer. Charles & Keith is one of the supporting Fashion in the world and it also operates in Semarang. In the last three years Charles and Keith in Semarang has decreased sales in 2014-2016.

The Purpose of this research was to know the influence of brand image, product quality, and price on the purchasing decisions of Charles & Keith consumers in Paragon Semarang. The type of this research is *Explanatory research*. The sampling technique used Accidental Sampling method. The number of samples were taken as many as 100 respondents. The data were analyzed through validity test, reliability test, *crosstab*, correlation coefficient, coefficient of determination, simple linear regression, multiple linear regression, t test, and F test with SPSS program.

Based on the analysis, shows that the brand image of Charles & Keith is in the "good" category. The brand image had a positive effect on purchasing decision and had contribution of 17,6%. Product quality is in the "good" category, Product quality had a positive effect on the purchasing decision and had contribution 23,4% on purchasing decision. The Price is in the "expensive" category, The price had a positive effect on the purchasing decision and had contribution 21,4% on purchasing decision.

The Suggestions in this study is *first*, the company is expected able to maintain and improve the image better by strengthening of quality which have good, so still consumer feel proud to the wearer. *Second*, discount programs can be applied in pricing regulation to improve purchasing decisions.

Key words : brand image, Product quality, Price, and Purchase Decision

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas limpahan berkat, rahmat, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata-1 pada departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang.

Dalam penyusunan skripsi ini, banyak sekali pihak yang telah membantu dengan tulus dan ikhlas, secara langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan skripsi ini.

Pada kesempatan yang berbahagia ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Dr. Sunarto, M. Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
2. Bulan Prabawani, S. Sos, MM, Ph. D selaku Kepala Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro dan juga selaku dosen wali serta dosen penguji yang telah membimbing penulis dalam rencana studi.
3. Dra. Sri Suryoko, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu, memberikan bimbingan dan mengarahkan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Dr. Ari Pradhanawati, MS selaku dosen penguji yang telah berkenan meluangkan waktu untuk menguji serta memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini
5. Sendhang Nurseto, S.Sos, M.AB selaku dosen wali dan dosen penguji yang telah banyak membantu selama masa perkuliahan.
6. Seluruh dosen dan staff Departemen Administrasi Bisnis, terima kasih atas bantuan, dukungan serta arahan kepada penulis selama menempuh studi hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman Administrasi Bisnis 2013, keluarga besar Administrasi Bisnis dan FISIP UNDIP termasuk bapak dan ibu dosen serta semua pihak, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh pihak – pihak yang secara langsung maupun tidak langsung, secara moril dan materiil membantu dan mendukung penulis dalam penyusunan skripsi hingga selesai.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis. Maka dalam kesempatan yang berbahagia ini penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca.

Akhirnya penulis hanya bisa berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan

Semarang, 4 Desember 2017

Asih Fatmawati S

14020213140102

## DAFTAR ISI

|  |     |
|--|-----|
| HALAMAN JUDUL.....   | i   |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....   | ii  |
| HALAMAN PENGESAHAN.....  | iii |
| MOTTO.....   | iv  |
| PERSEMBAHAN.....   | iv  |
| ABSTRAK .....  | v   |
| ABSTRACT .....   | vi  |
| KATA PENGANTAR .....   | vii |
| DAFTAR ISI .....   | ix  |
| DAFTAR TABEL .....   | xii |
| DAFTAR GAMBAR.....   | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN.....   | 1   |
| 1.1 Latar Belakang Masalah.....  | 1   |
| 1.2 Rumusan Masalah.....   | 6   |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....  | 7   |
| 1.4 Kegunaan Penelitian .....  | 7   |
| 1.5 Kerangka Teori .....   | 8   |
| 1.5.1 Perilaku Konsumen .....  | 8   |
| 1.5.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen .....   | 8   |
| 1.5.2 Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ).....  | 10  |
| 1.5.2.1 Pengertian Citra ( <i>Image</i> ).....   | 10  |
| 1.5.2.2 Pengertian Merek ( <i>Brand</i> ).....   | 11  |
| 1.5.2.3 Pengertian Citra Merek .....   | 12  |
| 1.5.2.4 Dimensi Citra Merek.....   | 14  |
| 1.5.3 Kualitas Produk.....   | 15  |
| 1.5.3.1 Dimensi Kualitas Produk .....  | 15  |
| 1.5.4 Harga .....  | 17  |
| 1.5.4.1 Pengertian Harga.....  | 17  |
| 1.5.4.2 Penetapan Harga .....  | 17  |
| 1.5.4.3 Faktor Penetapan Harga .....   | 18  |
| 1.5.4.4 Tujuan Penetapan Harga .....   | 20  |
| 1.5.5 Keputusan Pembelian.....   | 21  |
| 1.5.5.1 Pengertian Pengambilan Keputusan .....   | 21  |
| 1.6. Hubungan Antara Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan<br>Pembelian ..... | 26  |



|  |   |           |
|--|---|-----------|
| 1.6.1  | Hubungan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .....         | 26        |
| 1.6.2  | Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....     | 26        |
| 1.6.3  | Hubungan Harga terhadap Keputusan Pembelian .....               | 27        |
| 1.7.   | Hipotesis .....   | 28        |
| 1.9  | Definisi Operasional .....                                      | 29        |
| 1.10   | Metode Penelitian .....   | 34        |
| 1.10.1   | Tipe Penelitian .....   | 34        |
| 1.10.2   | Populasi dan Sampel .....                                       | 34        |
| 1.10.2.1   | Populasi .....  | 34        |
| 1.10.2.2   | Sampel .....  | 34        |
| 1.10.3   | Sumber Data .....   | 35        |
| 1.10.4   | Teknik Pengumpulan Data .....                                   | 36        |
| 1.10.5   | Metode Pengolahan Data .....                                    | 37        |
| 1.10.6   | Skala Pengukuran .....  | 37        |
| 1.10.7   | Teknik Analisis Data .....                                      | 38        |
| 1.10.7.1   | Analisis Korelasi .....   | 39        |
| 1.10.7.2   | Analisis Koefisien Determinasi .....                            | 39        |
| 1.10.7.3   | Analisis Regresi Sederhana .....                                | 40        |
| 1.10.7.4   | Analisis Regresi Berganda .....                                 | 41        |
| 1.10.8   | Uji Validitas dan Uji Reabilitas .....                          | 41        |
| <b>BAB II GAMBARAN UMUM CHARLES &amp; KEITH DAN IDENTIFIKASI RESPONDEN .....</b>   |   | <b>46</b> |
| 2.1  | Sejarah dan Perkembangan Charles & Keith .....                  | 46        |
| 2.1.1  | Visi dan Misi Charles & Keith .....                             | 47        |
| 2.1.2  | Produk Charles & Keith .....                                    | 48        |
| 2.1.3  | Struktur Organisasi .....                                       | 49        |
| 2.1.4  | Lokasi Charles & Keith .....                                    | 52        |
| 2.1.5  | Logo Charles & Keith .....                                      | 53        |
| 2.2  | Identitas Responden .....                                       | 53        |
| 2.2.1  | Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin .....                 | 53        |
| 2.2.2  | Identitas Responden Menurut Umur .....                          | 53        |
| 2.2.3  | Identitas Responden Menurut Status Perkawinan .....             | 54        |
| 2.2.4  | Identitas Responden Menurut Tingkat Pendidikan Terakhir .....   | 55        |
| 2.2.5  | Identitas Responden Menurut Pekerjaan .....                     | 56        |
| 2.2.6  | Identitas Responden Menurut Tingkat penghasilan per Bulan ..... | 57        |
| <b>BAB III PERSEPSI RESPONDEN MENGENAI CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK,<br/>DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TAS DAN SEPATU<br/>CHARLES &amp; KEITH PADA STORE PARAGON SEMARANG .....</b> |   | <b>59</b> |

|         |  |    |
|---------|--|----|
| 3.1     | Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....  | 59 |
| 3.1.1   | Uji Validitas .....  | 60 |
| 3.1.2   | Uji Reliabilitas .....   | 62 |
| 3.2     | Analisis dan Interpretasi Hasil Penelitian .....   | 63 |
| 3.2.1   | Variabel Citra Merek .....   | 63 |
| 3.2.1.1 | Kemudahan Mengenali Tas dan Sepatu Charles & Keith.....                                    | 63 |
| 3.2.1.2 | Tas dan Sepatu Charles & Keith Merek Merupakan yang Berkualitas .....                      | 64 |
| 3.2.1.3 | Tas dan Sepatu Charles & Keith Merupakan Merek yang Memberi Kebanggaan .....               | 65 |
| 3.2.1.4 | Kesetiaan Menggunakan Tas dan Sepatu Charles & Keith .....                                 | 66 |
| 3.2.1.5 | Kategorisasi Variabel Citra Merek.....   | 67 |
| 3.2.1.6 | Rekapitulasi Jawaban Responden untuk Variabel Citra Merek .....                            | 70 |
| 3.2.2   | Variabel Kualitas Produk .....   | 71 |
| 3.2.2.1 | Manfaat Tas dan Sepatu Charles & Keith .....   | 72 |
| 3.2.2.2 | Daya Tahan Tas dan Sepatu Charles & Keith .....  | 73 |
| 3.2.2.3 | Spesifikasi Tas dan Sepatu Charles & Keith .....   | 74 |
| 3.2.2.4 | Tampilan Tas dan Sepatu Charles & Keith .....  | 75 |
| 3.2.2.5 | Kesesuaian Kualitas Tas dan Sepatu Charles & Keith Dengan Harapan .....                    | 77 |
| 3.2.2.7 | Kategorisasi Variabel Kualitas Produk .....  | 77 |
| 3.2.2.8 | Rekapitulasi Jawaban Responden untuk Variabel Kualitas Produk.....                         | 80 |
| 3.2.3   | Variabel Harga.....  | 81 |
| 3.2.3.1 | Keterjangkauan Harga.....  | 82 |
| 3.2.3.2 | Potongan Harga Tas dan Sepatu Charles & Keith .....  | 82 |
| 3.2.3.3 | Perbandingan Harga Tas dan Sepatu Charles & Keith .....                                    | 83 |
| 3.2.3.4 | Kategorisasi Variabel Harga .....  | 84 |
| 3.2.3.5 | Rekapitulasi Jawaban Responden untuk Variabel Harga.....                                   | 87 |
| 3.2.4   | Variabel Keputusan Pembelian .....   | 88 |
| 3.2.4.1 | Kesesuaian Pembelian tas dan sepatu Charles & Keith dengan Kebutuhan .....                 | 88 |
| 3.2.4.2 | Penerimaan Informasi Sebelum Pembelian Tas dan Sepatu Charles & Keith .....                | 89 |
| 3.2.4.3 | Pencarian Alternatif Lain Sebelum Melakukan Pembelian Tas dan Sepatu Charles & Keith. .... | 90 |
| 3.2.4.4 | Kepuasan Dalam Pembelian Tas dan Sepatu Charles & Keith.....                               | 91 |
| 3.2.4.5 | Kesediaan Merekomendasikan Tas dan Sepatu Charles & Keith. ....                            | 92 |
| 3.2.4.6 | Kategorisasi Keputusan Pembelian .....   | 93 |
| 3.2.4.7 | Rekapitulasi Jawaban Responden untuk Variabel Keputusan Pembelian .....                    | 96 |
| 3.3     | Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .....                                    | 97 |
| 3.3.1   | Analisis Tabulasi Silang (Cross Tab) .....   | 97 |
| 3.3.2   | Koefisien Korelasi Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....                           | 99 |

|                      |  |     |
|----------------------|--|-----|
| 3.3.3                | Koefisien Determinasi Keragaman terhadap Keputusan Pembelian.....                                  | 99  |
| 3.3.4                | Analisis Regresi Linear Citra Merek Menu terhadap Keputusan Pembelian .....                        | 100 |
| 3.3.5                | Uji t (Uji Signifikansi Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian) .....                            | 102 |
| 3.4.1                | Analisis Tabulasi Silang.....  | 104 |
| 3.4.2                | Koefisien Korelasi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....                              | 105 |
| 3.4.3                | Koefisien Determinasi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....                           | 106 |
| 3.4.4                | Analisis Regresi Linear Sederhana Kualitas Produk terhadap Keputusan.....                          | 107 |
| 3.4.5                | Uji t (Uji Signifikansi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian) .....                        | 108 |
| 3.5                  | Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....   | 110 |
| 3.5.1                | Analisis Tabulasi Silang (Cross Tab).....  | 110 |
| 3.5.2                | Koefisien Korelasi Harga terhadap Keputusan Pembelian .....  | 112 |
| 3.5.3                | Koefisien Determinasi Harga terhadap Keputusan Pembelian .....                                     | 112 |
| 3.5.4                | Analisis Regresi Linear Sederhana Harga terhadap Keputusan Pembelian.....                          | 113 |
| 3.4.5                | Uji t (Uji Signifikansi Harga terhadap Keputusan Pembelian) .....                                  | 115 |
| 3.6                  | Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian .....                | 117 |
| 3.6.1                | Koefisien Korelasi Berganda .....  | 117 |
| 3.6.2                | Koefisien Determinasi.....   | 118 |
| 3.6.3                | Analisis Regresi Linear Berganda .....   | 119 |
| 3.6.4                | Uji F (Uji Signifikansi Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian)..... | 121 |
| 3.7                  | Pembahasan .....   | 125 |
| BAB IV PENUTUP.....  |  | 131 |
| 4.1                  | Kesimpulan.....  | 131 |
| 4.2                  | Saran .....  | 133 |
| DAFTAR PUSTAKA ..... |  | 135 |
| LAMPIRAN             |  |     |

## DAFTAR TABEL

|            |   |    |
|------------|---|----|
| Tabel 1.1  | Data Penjualan Charles & Keith Semarang.....                                | 5  |
| Tabel 1.2  | Konsep dan Indikator .....  | 32 |
| Tabel 1.3  | Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi.....                                | 39 |
| Tabel 2.1  | Identitas Responden Berdasarkan Umur.....                                   | 54 |
| Tabel 2.2  | Identitas Responden Menurut Status Material .....                           | 55 |
| Tabel 2.3  | Identitas Responden Menurut Pendidikan .....                                | 56 |
| Tabel 2.4  | Identitas Responden Menurut Pekerjaan .....                                 | 57 |
| Tabel 2.5  | Identitas Responden Menurut Tingkat Penghasilan Perbulan .....              | 57 |
| Tabel 3.1  | Uji Validasi.....   | 61 |
| Tabel 3.2  | Rekapitulasi Hasil Realibilitas.....  | 62 |
| Tabel 3.3  | Kemudahan Mengenali Tas dan Sepatu Charles & Keith.....                     | 64 |
| Tabel 3.4  | Tas dan Sepatu Charles & Keith Merupakan Merek Berkualitas .....            | 65 |
| Tabel 3.5  | Tas dan Sepatu Charles & Keith Merek yang Memberi Kebanggaan .....          | 66 |
| Tabel 3.6  | Kesetiaan Menggunakan Tas dan Sepatu Charles & Keith .....                  | 67 |
| Tabel 3.7  | Kategorisasi Variabel Citra Merek.....                                      | 69 |
| Tabel 3.8  | Rekapitulasi Jawaban Responden untuk Variabel Citra Merek .....             | 70 |
| Tabel 3.9  | Manfaat Tas dan Sepatu Charles & Keith .....                                | 72 |
| Tabel 3.10 | Daya Tahan Tas dan Sepatu Charles & Keith .....                             | 73 |
| Tabel 3.11 | Presepsi Konsumen Mengenai Spesifikasi Tas dan Sepatu Charles & Keith ..... | 74 |
| Tabel 3.12 | Tampilan Tas dan Sepatu Charles & Keith yang Elegan dan Modis .....         | 75 |
| Tabel 3.13 | Kesesuaian Kualitas Tas dan Sepatu Charles & Keith dengan Harapan.....      | 76 |
| Tabel 3.14 | Tampilan Tas dan Sepatu Charles & Keith .....                               | 77 |
| Tabel 3.15 | Kategorisasi Variabel Kualitas Produk.....                                  | 79 |
| Tabel 3.16 | Rekapitulasi Jawaban Responden Untuk Variabel Kualitas Produk.....          | 80 |
| Tabel 3.17 | Keterjangkauan Harga.....   | 82 |
| Tabel 3.18 | Potongan Harga Tas dan Sepatu Charles & Keith .....                         | 83 |

|  |     |
|--|-----|
| Tabel 3.19 Perbandingan Harga Tas dan Sepatu Charles & Keith .....   | 84  |
| Tabel 3.20 Kategorisasi Variabel Harga.....  | 86  |
| Tabel 3.21 Rekapitulasi Jawaban Responden untuk Variabel Harga .....   | 87  |
| Tabel 3.22 Kesesuaian Pembelian Tas dan Sepatu Charles & Keith Dengan Kebutuhan ....                         | 89  |
| Tabel 3.23 Penerimaan Informasi Sebelum Pembelian Tas dan Sepatu Charles & Keith ...                         | 90  |
| Tabel 3.24 Pencarian Alternatif Lain Sebelum Melakukan Pembelian Tas dan Sepatu Charles & Keith.....         | 91  |
| Tabel 3.25 Kepuasan Dalam Pembelian Tas dan Sepatu Charles & Keith .....                                     | 92  |
| Tabel 3.26 Kesiapan Merekomendasikan Tas dan Sepatu Charles & Keith .....                                    | 93  |
| Tabel 3.27 Kategorisasi Keputusan Pembelian.....   | 95  |
| Tabel 3.28 Rekapitulasi Jawaban Responden untuk Variabel Keputusan Pembelian.....                            | 96  |
| Tabel 3.29 Tabulasi Silang Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....                                    | 98  |
| Tabel 3.30 Hasil Uji Korelasi Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....                                 | 99  |
| Tabel 3.31 Hasil Uji Regresi Sederhana Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....                        | 100 |
| Tabel 3.32 Tabulasi Silang Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....                                 | 104 |
| Tabel 3.33 Hasil Uji Korelasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....                             | 105 |
| Tabel 3.34 Hasil Uji Regresi Sederhana Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .                        | 107 |
| Tabel 3.35 Tabulasi Silang Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....   | 111 |
| Tabel 3.36 Hasil Uji Korelasi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....  | 112 |
| Tabel 3.37 Hasil Uji Regresi Sederhana Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....                               | 113 |
| Tabel 3.38 Hasil Uji Korelasi Berganda Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian..... | 117 |
| Tabel 3.39 Hasil Uji Regresi Berganda Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....  | 119 |
| Tabel 3.40 Hasil Uji F Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....                | 122 |

## DAFTAR GAMBAR

|            |  |     |
|------------|--|-----|
| Gambar 1.1 | Proses Pengambilan Keputusan.....  | 23  |
| Gambar 1.2 | Skema Hipotesis.....   | 28  |
| Gambar 1.3 | Uji t (onetail).....   | 43  |
| Gambar 1.4 | Uji F (onetail).....   | 45  |
| Gambar 2.1 | Stuktur Organisasi Store Charles & Keith Semarang .....                          | 50  |
| Gambar 3.1 | Uji t Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....                             | 103 |
| Gambar 3.2 | Uji t Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....                          | 109 |
| Gambar 3.3 | Uji t Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....                                   | 116 |
| Gambar 3.4 | Uji t Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian ..... | 123 |