



**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DIMEDIASI OLEH
BRAND IMAGE PADA UMKM BATIK SALEM**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**

**Disusun Oleh:
CINTAMI OKTAVIANA
41221085**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
UNIVERSITAS PERADABAN
BUMIAYU
2025**



**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DIMEDIASI OLEH
BRAND IMAGE PADA UMKM BATIK SALEM**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**

Disusun Oleh:

CINTAMI OKTAVIANA

41221085

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
UNIVERSITAS PERADABAN
BUMIAYU**

2025

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul penelitian **PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DIMEDIASI OLEH *BRAND IMAGE* PADA UMKM BATIK SALEM**

Oleh:

Nama : CINTAMI OKTAVIANA

NIM 41221085

Program Studi : S1 Manajemen

Fakultas : Ekonomika dan Bisnis

Telah dipertahankan di depan dewan penguji Skripsi pada tanggal, 25 Agustus 2025.

DEWAN PENGUJI

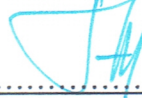
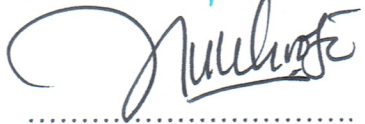
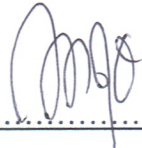
Nama Penguji

Ketua Tim Penguji/Pembimbing
Prof. Dr. H. Sutarmin, S.Si., M.M
NIDN. 0621097401

Dosen Penelaah/Penguji I
Mukhroji, S.E., M.M
NIDN. 0621058902

Dosen Penelaah/Penguji II
Dr. Qori Al Banin, S.E., M.Si.
NIDN. 0607098601

Tanda Tangan


.....

.....

.....

Diterima dan disahkan
Pada tanggal September 2025

Dekan
Fakultas Ekonomika Dan Bisnis



Mukhroji, S.E., M.M
NIPY. 16.02.120

Ketua
Program Studi S1 Manajemen



Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si
NIPY. 16.01.101

PERNYATAAN KEASIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Cintami Oktaviana

NIM : 41221085

Program studi : S1 Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya dan bukan merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang saya peroleh terkait dengan skripsi ini.

Paguyangan, 14 Agustus 2025

Yang membuat pernyataan



Cintami Oktaviana
Nim. 4122108

MOTTO PERSEMBAHAN

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan

kesanggupannya” (Q.S Al Baqarah 286)

“Kalo saya bisa, kamu juga pasti bisa”

(Widiyantoro)

“Don't let someone who doesn't know your value, tells you how much you are worth. Because you, are worth more than you have ever imagined!”

“Walaupun, membutuhkan waktu yang lama, pada akhirnya, hasil dari usaha memang gak ada yang cuma-cuma.”

Wirda Mansur (*Be a new you*, 2018)

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah dan karunia serta petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi oleh *Brand Image* pada UMKM Batik Salem”**. Penulisan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat guna mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban. Penulis menyadari bahwa penyusunan proposal ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan hingga pada penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Muh. Kadarisman, S.H., M.Si., selaku Rektor Universitas Peradaban.
2. Bapak Mukhroji, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban.
3. Ibu Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban.
4. Bapak Assoc. Prof. Dr. Sutarmin., S.Si., M.M., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban.
6. Terima kasih telah membagikan ilmu, wawasan, serta pengalaman selama

masa studipenulis, dari awal masa perkuliahan hingga tahap akhir ini.

7. Bapak Darmanto (Alm) dan Ibu Dasti (Almh) yang meskipun raganya tak lagi menemani, tapi doanya membawa penulisan sampai dititik ini. Terima kasih karena sudah memotivasi penulis untuk tetap kuat,tumbuh dan berkembang menjadi manusia tangguh meskipun sering rapuh.
8. Malaikat tanpa sayap, Ibu Jamilah yang jiwa dan raganya selalu menjadi garda terdepan menemani penulis dalam menghadapi suka dan duka selama ini. Yang sabarnya dan ikhlasnya tak terbatas. Terimakasih sudah menjadi sandaran dalam segala hal, mengusahakan banyak hal yang penulis inginkan, tidak membatasi penulis dalam menikmati hidup sesuai versi nya dan doa nya menjadi peringan langkah penulis sampai dititik ini.
9. Pahlawanku, Bapak Bahrudin terima kasih karena diamnya selalu mendukung setiap langkah yang penulis ambil, selalu memberikan doa dan dukungan serta motivasi untuk penulis.
10. Kakak perempuanku, Kusyati (Almh) terimakasih sudah menjadi bunga matahari yang sering kali penulis rindukan kehadirannya, terima kasih untuk segala bentuk dukungan dan motivasi sehingga penulis bersemangat untuk menyelesaikan tugas akhir ini tepat waktu.
11. Kepada panutaku, Widiyanto dan Nidar Laeliah sari. Terimakasih tanpa henti karena tak pernah berhenti untuk memberikan dukungan, motivasi dan arahan untuk penulis untuk tetap melangkah tanpa henti. Ketika kata tak tersampaikan lewat lisan, semoga bisa penulis sampaikan ditugas akhir ini bahwa penulis bangga menjadi adik perempuan yang selalu dipedulikan

dalam diamnya.

12. Kepada Tcarso, Ridwan, Suriah dan Said. Terimakasih sudah menjadi kakak yang membuat penulis semangat dan termotivasi dalam menjalani pendidikan dan menyelesaikan tugas akhir ini dengan sepenuh hati.
13. Bapak Suroso, Ibu Mimin dan Nurul Hikmah Suraswati terima kasih sudah selalu memberikan dukungan semangat dan motivasi untuk penulis.
14. Kepada sahabat penulis Cicih Amelia, Aji Gilang Rahmanda, Siti Amalia, Meriza Tri Maulia, Voni Febrianti Rahayu, Wafal Hana, Sahrul Saputra dan Izzul Fadli Annawawi yang sudah memberikan semangat dan motivasi kepada penulis, sehingga penulis percaya mampu menjalani dan menyelesaikan studi S1 ini sampai dengan selesai.
15. Kepada partner keluh kesah penulis selama kuliah, Marchela Tri Shakti.
16. Terima kasih sudah memberikan banyak sekali pelajaran baru, selalu support dan tidak pernah bersaing dalam hal apapun. Terima kasih karena sudah percaya bahwa penulis bisa menghadapi dan melewati berbagai macam arus dan gelombang sampai detik ini. Terima kasih sudah banyak mengajarkan logika untuk penulis yang perasa ini, satu kalimat yang ingin penulis sampaikan “Penulis bangga dan senang mengenalmu, tetaplah semangat dan sampai jumpa dititik sukses yang kita definisikan”.
17. Kepada Member KKN Desa Cidadap yang selalu memberikan semangat baru kepada penulis, terutama untuk Iza Aulia Rahmawati yang juga turut serta memberikan arahan serta motivasi kepada penulis dalam penyelesaian tugas akhir ini.

18. Kepada keluarga yang doa dan dukungannya selalu mengalir hingga penulis memiliki semangat tanpa henti selama ini.
19. Teman-teman dari Program Studi S1 Manajemen Angkatan 2021. Penulis berterima kasih atas kebersamaan, canda, tawa serta semangat yang telah tersalurkan selama menjalani studi di Program Studi S1 Manajemen, FEB, Universitas Peradaban.
20. Berbagai pihak yang telah memberikan kontribusi dalam menyelesaikan skripsi ini, yang namanya tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.
21. Terakhir, terima kasih kepada diri ini karena mampu bertahan dengan jalan yang tak mudah, mampu melewati dan menikmati suka dukanya perjalanan ini. Terima kasih sudah berusaha tangguh meskipun sering rapuh, tetaplah kuat untuk orang banyak.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini. Semoga karya ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Paguyangan, 12 Agustus 2025

Penulis

Cintami Oktaviana
NIM. 41221085

ABSTRAK

Keputusan pembelian merupakan proses mental dan perilaku yang dilalui konsumen untuk memilih, menilai, dan akhirnya membeli produk atau jasa guna memenuhi kebutuhan atau keinginannya. Keputusan pembelian di sebuah UMKM mempunyai peran penting dalam pencapaian tujuan perkembangan dan peningkatan dalam usaha berbisnis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas produk yang dimediasi oleh *brand image* terhadap Keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan di UMKM Batik Salem. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner kepada para responden. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 210 responden. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis data *Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* melalui aplikasi *SmartPLS 4.0*. Berdasarkan penelitian ini diketahui bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, kemudian *brand image* memediasi pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Harga, Kualitas Produk, *Brand Image*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Purchase decisions are the mental and behavioral processes consumers go through to select, evaluate, and ultimately purchase a product or service to fulfill their needs or desires. Purchasing decisions in UMKM have an important role in achieving development and improvement goals in business efforts. This study aims to analyze the influence of price and product quality, mediated by brand image, on purchasing decisions. This research was conducted at the Batik Salem MSME. The data used in this study were primary data obtained by distributing questionnaires to respondents. The sample in this study was 210 respondents. This study used a quantitative method with Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) data analysis techniques through the SmartPLS 4.0 application. Based on this study, it is known that price, product quality have a positive influence on purchasing decisions, then brand image mediates the influence of price and product quality on purchasing decisions.

Keywords: Price, Product Quality, Brand Image, Purchasing Decisions

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASIAN SKRIPSI	iii
MOTTO PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	13
D. Manfaat Penelitian	14
1. Manfaat teoritis.....	14
2. Manfaat Praktis	14
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PERUMUSAN MODEL PENELITIAN	
.....	15

A.	Telaah Pustaka	15
1.	Keputusan Pembelian	16
2.	Harga	23
3.	Kualitas Produk.....	27
4.	<i>Brand Image</i>	30
B.	Perumusan Model Penelitian	32
1.	Penelitian Terdahulu.....	32
2.	Perumusan Hipotesis	40
3.	Kerangka Pemikiran dan Model Penelitian.....	47
BAB III	METODE PENELITIAN DAN TEKNIK ANALISIS DATA	51
A.	Metode Penelitian	51
1.	Jenis Penelitian	51
2.	Lokasi Penelitian	51
3.	Waktu Penelitian.....	51
4.	Populasi dan Sampel	52
5.	Sumber Data	53
6.	Teknik Pengumpulan Data	54
7.	Definisi konsep dan operasional variabel	55
B.	Teknik Analisis Data.....	61
1.	Analisis Deskriptif.....	61
2.	Analisis Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS- SEM).....	63
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	74

A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	74
1.	Gambaran UMKM Kecamatan Salem.....	74
2.	Gambaran Umum Responden.....	75
B.	Analisis Data dan Pembahasan	78
1.	Analisis Deskriptif.....	78
2.	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	86
3.	Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	95
4.	Pembahasan	109
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	118
A.	Kesimpulan	118
B.	Saran.....	119
1.	Bagi Pelaku UMKM Batik Salem.....	119
2.	Bagi Peneliti Selanjutnya.....	122
3.	Bagi Pemerintah atau Lembaga Terkait.....	122
	DAFTAR PUSTAKA.....	123
	LAMPIRAN.....	129

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Rata – rata Penjualan Tahunan Batik Salem	6
Tabel 2. Kesenjangan Penelitian Variabel Harga terhadap Keputusan Pembelian ..	9
Tabel 3. Kesenjangan Penelitian Variabel Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	11
Tabel 4. Pembobotan Skala Likert	54
Tabel 5. Operasional Variabel Keputusan Pembelian	58
Tabel 6. Operasional Variabel Harga	59
Tabel 7. Operasional Variabel Kualitas Produk.....	59
Tabel 8. Operasional Variabel Kualitas Produk (lanjutan)	60
Tabel 9. Operasional Variabel <i>Brand Image</i>	60
Tabel 10. Operasional Variabel <i>Brand Image</i>	61
Tabel 11. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	76
Tabel 12. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	76
Tabel 13. Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan	77
Tabel 14. Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	78
Tabel 15. Deskriptif Variabel Harga	79
Tabel 16. Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	80
Tabel 17. Deskriptif Variabel Kualitas Produk (Lanjutan)	81
Tabel 18. Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	83
Tabel 19. Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	84
Tabel 20. Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Lanjutan)	85
Tabel 21. Evaluasi Validitas Konstruk Harga.....	87

Tabel 22. Evaluasi Validitas Konstruk Kualitas Produk.....	88
Tabel 23. Evaluasi Validitas Konstruk Mediasi Brand Image.....	88
Tabel 24. Evaluasi Validitas Konstruk Keputusan Pembelian.....	89
Tabel 25. Konstruk <i>Reliability</i> dan <i>Validity</i>	89
Tabel 26. Evaluasi Validitas Diskriminan – <i>Cross Loading</i>	91
Tabel 27. Nilai Fornell – Larcker Criterion	92
Tabel 28. Evaluasi Statistik Kolinearitas (<i>Collinearity Statistics</i>)	93
Tabel 29. Signifikansi dan Relevansi <i>Outer Weight</i>	94
Tabel 30. Signifikansi dan Relevansi <i>Outer Weight</i>	95
Tabel 31. Evaluasi Colinearity Statistics (Inner VIF).....	96
Tabel 32. Evaluasi Koefisien Determinasi (<i>R Square</i>).....	97
Tabel 33. Evaluasi Koefisien Efek (<i>F Square</i>).....	98
Tabel 34. Hasil Evaluasi Relevansi Prediktif (Q^2).....	99
Tabel 35. Evaluasi <i>PLS Predict</i>	100
Tabel 36. Signifikansi dan Relevansi Koefisien Jalur (<i>Path Coefficient</i>)	101
Tabel 37. <i>Convidence Intervals</i> 95%.....	102
Tabel 38. Pengujian Hipotesis Langsung (<i>Direct Effect</i>)	105
Tabel 39. Pengujian Hipotesis Mediasi (<i>Indirect Effect</i>)	107
Tabel 40. Kesesuaian Model (<i>Model Fit</i>).....	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Realisasi Ekspor Batik Indonesia 2018-2023.....	2
Gambar 2. Produsen Batik Terbesar di Indonesia per tahun 2024.....	3
Gambar 3. Provinsi Asal Ekspor Batik Indonesia, 2023.....	3
Gambar 4. Event Pameran UMKMBatik Salem.....	7
Gambar 5. Kerangka Pemikiran	48
Gambar 6. Model Penelitian.....	49
Gambar 7. Hasil Evaluasi Outer Model	87
Gambar 8. Hasil Pengujian Hipotesis	104

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	129
Lampiran 2. Hasil Wawancara & observasi dengan pelaku usaha batik Serta Dokumentasi Wawancara	134
Lampiran 3. Tabulasi Data Harga.....	137
Lampiran 4. Tabulasi Data Harga (Lanjutan)	138
Lampiran 5. Tabulasi Data Harga (Lanjutan)	139
Lampiran 6. Tabulasi Data Harga (Lanjutan)	140
Lampiran 7. Tabulasi Data Harga (Lanjutan)	141
Lampiran 8. Tabulasi Data Harga (Lanjutan)	142
Lampiran 9. Tabulasi Data Kualitas Produk	143
Lampiran 10. Tabulasi Data Kualitas Produk (Lanjutan)	144
Lampiran 11. Tabulasi Data Kualitas Produk (Lanjutan)	145
Lampiran 12. Tabulasi Data Kualitas Produk (Lanjutan)	146
Lampiran 13. Tabulasi Data Kualitas Produk (Lanjutan)	147
Lampiran 14. Tabulasi Data Kualitas Produk (Lanjutan)	148
Lampiran 15. Tabulasi Data Keputusan Pembelian	149
Lampiran 16. Tabulasi Data Keputusan Pembelian (Lanjutan)	150
Lampiran 17. Tabulasi Data Keputusan Pembelian (Lanjutan)	151
Lampiran 18. Tabulasi Data Keputusan Pembelian (Lanjutan)	152
Lampiran 19. Tabulasi Data Keputusan Pembelian (Lanjutan)	153
Lampiran 20. Tabulasi Data Keputusan Pembelian (Lanjutan)	154
Lampiran 21. Tabulasi Data <i>Brand Image</i>	155

Lampiran 22. Tabulasi Data <i>Brand Image</i> (Lanjutan)	156
Lampiran 23. Tabulasi Data <i>Brand Image</i> (Lanjutan)	157
Lampiran 24. Tabulasi Data <i>Brand Image</i> (Lanjutan)	158
Lampiran 25. Tabulasi Data <i>Brand Image</i> (Lanjutan)	159
Lampiran 26. Tabulasi Data <i>Brand Image</i> (Lanjutan)	160
Lampiran 27. Nilai <i>Outer Loading</i>	161
Lampiran 28. Gambar Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	162
Lampiran 29. <i>Output</i> Konstruksi Reliabilitas dan Validitas	163
Lampiran 30. <i>Output</i> Evaluasi Validitas Diskriminan - <i>Cross Loadin</i>	164
Lampiran 31. <i>Output</i> Evaluasi Validitas Diskriminan - <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	165
Lampiran 32. <i>Output Collinearity Statistic (Outer VIF)</i>	166
Lampiran 33. <i>Output</i> Signifikansi dan Relevansi <i>Outer Weight</i>	167
Lampiran 34. Gambar Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	168
Lampiran 35. <i>Output Collinearity Statistic (Inner VIF)</i>	169
Lampiran 36. <i>Output R Square</i>	170
Lampiran 37. <i>Output F Square</i>	171
Lampiran 38. <i>Output Q² Predictive Relevance</i>	172
Lampiran 39. <i>Output PLS-Predict</i>	173
Lampiran 40. <i>Output</i> Koefisien Jalur (<i>Path Coefficient</i>)	174
Lampiran 41. <i>Output</i> Konfidensi Interval 95% dari Koefisien Jalur	175
Lampiran 42. <i>Output Direct Effect</i>	176
Lampiran 43. <i>Output Indirect Effect</i>	177

Lampiran 44. <i>Output Model Fit</i>	178
Lampiran 45. Daftar Riwayat Hidup Penulis	179