

**KETERKAITAN PERSEPSI KUALITAS, PERSEPSI KEMASAN, CITRA
MEREK DAN INTENSI PEMBELIAN PADA KERAJINAN SULAMAN &
BORDIR ENNI DESIGN DI KOTA BUKITTINGGI**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana pada Program
Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas



Diajukan oleh:

LIRA FATMA SUCITRA

(1510551027)

Pembimbing :

Dr. Ratni Prima Lita, SE., MM

Nip : 197103311999032001

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI KAMPUS II PAYAKUMBUH
UNIVERSITAS ANDALAS**

2019



No. Alumni Universitas	LIRA FATMA SUCITRA	No. Alumni Fakultas
a). Tempat / tanggal lahir: Payakumbuh/22 November, 1996 b). Nama Orang Tua: Juhendri (Alm) dan Elidarti c). Fakultas: Ekonomi, d). Jurusan: Manajemen, e). No. BP: 1510551027, f). Tanggal Lulus: 16 Januari 2019, g). Predikat Lulus: Sangat Memuaskan, h). IPK: 3,73 i). Lama Studi: 3 tahun 5 bulan, j). Alamat Orang Tua: Jl.Jend Sudirman No 24, Kel. Ikua Koto Dibalai, Kec.Payakumbuh Utara, Kota Payakumbuh		

Keterkaitan Persepsi Kualitas, Persepsi Kemasan, Citra Merek dan Intensi Pembelian pada Kerajinan Sulaman & Bordir Enni Design di Kota Bukittinggi

Skripsi oleh : Lira Fatma Sucitra

Pembimbing : Dr.Ratni Prima Lita, SE.,MM

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keterkaitan persepsi kualitas terhadap intensi pembelian, keterkaitan persepsi kemasan terhadap intensi pembelian, keterkaitan citra merek terhadap intensi pembelian, keterkaitan citra merek terhadap persepsi kualitas pada kerajinan sulaman & bordir Enni Design di Kota Bukittinggi. Jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research* dengan metode kuantitatif, dan tipe investigasi kausalitas. Teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling*. Data primer didapatkan dari menyebarkan 105 kuisioner kepada responden. Analisis data dengan Analisis *Structural Equation Modeling* dan diolah dengan menggunakan software smartPLS versi 2.0 M3. Hasil dari penelitian ini menerangkan bahwa adanya pengaruh positif antara persepsi kualitas dan intensi pembelian, tidak adanya pengaruh positif antara persepsi kemasan dan intensi pembelian, adanya pengaruh positif antara citra merek dan intensi pembelian serta adanya pengaruh positif antara citra merek dan persepsi kualitas pada kerajinan sulaman & bordir Enni Design di kota bukittinggi.

Kata Kunci :Persepsi Kualitas, Persepsi Kemasan, Citra Merek dan Intensi Pembelian.

Skripsi ini telah dipertahankan didepan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 16 Januari 2019. Abstrak telah disetujui oleh Penguji dan Pembimbing:

Tanda Tangan	1.	2.	3.
Nama Terang	Dr.Ratni Prima Lita, SE., MM NIP:197103311999032001	Winny Alna Marlina, ST., MM NIP:198803242018032001	Faisal Ali Ahmad, SP,M.Si NIP:197905132006041014

Mengetahui,

Koordinator

FEUA II Payakumbuh : Lukman, S.E., M.Si.

NIP: 196411231993031003

TandaTangan

Alumnus telah mendaftarkan ke Fakultas/Universitas dan mendapat nomor alumnus :

		Petugas Fakultas / Universitas	
No. Alumni Fakultas :		Nama :	Tanda Tangan
No. Alumni Universitas		Nama :	Tanda Tangan

Abstrak

Tujuan penelitian :

Untuk mengetahui keterkaitan persepsi kualitas terhadap intensi pembelian, keterkaitan persepsi kemasan terhadap intensi pembelian, keterkaitan citra merek terhadap intensi pembelian, keterkaitan citra merek terhadap persepsi kualitas pada kerajinan sulaman & bordir Enni Design di Kota Bukittinggi.

Kata kunci :

Persepsi Kualitas, Persepsi Kemasan, Citra Merek dan Intensi Pembelian.

