

**ANALISIS PERSEPSI HARGA, KENAIKAN HARGA PRODUK
DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP MINAT BELI
PRODUK MIEMIE BROWNIE TEGAL**



TUGAS AKHIR

OLEH

EZZA ANANDA PAULIANA

NIM 21030046

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III AKUNTANSI
POLITEKNIK HARAPAN BERSAMA**

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir yang berjudul :

ANALISIS PERSEPSI HARGA, KENAIKAN HARGA PRODUK DAN
BRAND AWARENESS TERHADAP MINAT BELI PRODUK MIEMIE
BROWNIE TEGAL

Oleh mahasiswa :

Nama : Ezza Ananda Pauliana

NIM : 21030046

Telah diperiksa dan dikoreksi dengan baik dan cermat. Karena itu pembimbing
menyetujui mahasiswa tersebut untuk menempuh ujian tugas akhir

Tegal, 25 Juli 2024

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Anita Karunia, SE., M.Si.

NIPY. 09.015.240



Dewi Kartika, SE., M.Ak., Ak.

NIPY. 09.013.158

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir yang berjudul :

ANALISIS PERSEPSI HARGA, KENAIKAN HARGA PRODUK DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP MINAT BELI PRODUK MIEMIE BROWNIE TEGAL

Oleh :

Nama : Ezza Ananda Pauliana

NIM : 21030046

Program Studi : Akuntansi

Jenjang : Diploma III

Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama Tegal.

Tegal, 26 Agustus 2024

1. Erni Unggul SU, SE., M.Si
Ketua Penguji
2. Arifia Yasmin, SE., M.Si., Ak
Anggota Penguji I
3. Dewi Kartika, SE. M.Ak, Ak.
Anggota Penguji II


.....

.....

.....

Mengetahui

Ketua Program Studi,



Dr. Yeni Priatna Sari, SE, M.Si, Ak, CA

NIPY 03.013.142

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR (TA)

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis dalam bentuk Tugas Akhir ini yang berjudul “Analisis Persepsi Harga, Kenaikan Harga Produk Dan *Brand Awareness* Terhadap Minat Beli Produk Miemie Brownie Tegal”, beserta isinya adalah benar-benar karya sendiri.

Dalam penulisan Tugas Akhir ini saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan sebagaimana mestinya.

Demikian pernyataan ini untuk dapat dijadikan pedoman bagi yang berkepentingan, dan saya siap menanggung segala resiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya tulis saya ini, atau adanya klaim terhadap keaslian karya tulis saya ini.

Tegal, 17 Juli 2024

Yang membuat pernyataan,



Ezza Ananda Pauliana

NIM. 21030046

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagaimana mahasiswa Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ezza Ananda Pauliana

NIM : 21030046

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama Hak Bebas Royalti Non Eksklusif atas karya ilmiah saya yang berjudul *Analisis Persepsi Harga, Kenaikan Harga Produk Dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Produk MIEMIE Brownie Tegal*.

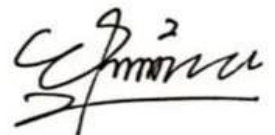
Dengan hak bebas royalti non eksklusif ini Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama berhak menyimpan, menyalin-memmediakan/formatkan mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikan, dan menampilkan/mempublikasikan ke internet atau media lain untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta ijin dari saya sebagai penulis pencipta.

Saya bersedia menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama, segala bentuk hukum yang berlaku timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat sebenarnya.

Tegal, 17 Juli 2024

Yang membuat pernyataan,



Ezza Ananda Pauliana

NIM. 21030046

HALAMAN MOTTO

“Dan bersabarlah kamu, sesungguhnya janji Allah adalah benar”

(Qs. Ar-Ruum:60)

“Bukan kesulitan yang membuat kita takut, tapi sering ketakutanlah yang
membuat kita sulit.

Jadi jangan mudah menyerah”

(Joko Widodo)

“Keberhasilan bukanlah milik orang pintar,
keberhasilan adalah milik mereka yang senantiasa berusaha”

(Bj. Habibie)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tugas akhir ini kupersembahkan untuk :

1. Kedua orang tua tercinta Bapak Abdullah dan Ibu Marlina yang selalu memberikan support serta doa untuk kelancaran dan keberhasilan dari putri tercintanya, sehingga mampu menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Adik tersayang, Dinda Putri Ramadhani. Terimakasih sudah ikut serta dalam proses penulis menempuh pendidikan selama ini. Terimakasih atas kesabaran dan semangat yang selalu diberikan kepada penulis. Tumbuhlah mejadi versi paling hebat, adikku.
3. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Pratu Ferdiyanzah Yudha Pratama. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya. Berkontribusi banyak dalam penulisan karya tulis ini, baik tenaga, waktu, maupun materi kepada saya. Telah menjadi rumah, pendamping dalam segala hal yang menemani, mendukung ataupun menghibur dalam kesedihan, mendengar keluh kesah, memberi semangat agar terus bertempur dan pantang menyerah. Semoga Allah selalu memberi keberkahan segala hal yang kita lalui.
4. Terimakasih untuk teman-teman Akuntansi angkatan 2024 yang telah berperan banyak memberikan pengalaman dan pembelajaran selama di bangku kuliah. Semoga kita sukses bersama.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir dengan judul “Analisis Persepsi Harga, Kenaikan Harga Produk Dan *Brand Awareness* Terhadap Minat Beli Produk Miemie Brownie Tegal”.

Tugas Akhir ini diajukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar Ahli Madya (A.Md) pada Program Studi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama.

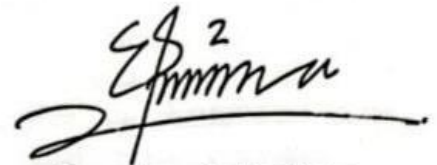
Penulis menyadari akan keterbatasan dan kemampuan yang dimiliki, dalam penyusunan Tugas Akhir ini banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini saya ingin menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada yang terhormat :

1. Bapak Agung Hedarto, SE., MA. selaku Direktur Politeknik Harapan Bersama Kota Tegal.
2. Ibu Yeni Priatna Sari, SE, M.Si, Ak, CA selaku Ketua Program Studi DIII Akuntansi Politeknik Harapan Bersama.
3. Ibu Anita Karunia, SE., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan bantuan dan bimbingan hingga terselesaikannya penyusunan Tugas Akhir ini.
4. Ibu Dewi Kartika, SE., M.Ak., Ak. selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan bantuan dan bimbingan hingga terselesaikannya penyusunan Tugas Akhir ini

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini jauh dari sempurna, masih banyak kekurangan dan kelemahan. Oleh karena itu penulis memohon maaf atas segala kekurangan dan kelemahan yang ada. Akhirnya, penulis sangat berharap Tugas Akhir ini bermanfaat bagi para pembaca.

Tegal, 17 Juli 2024

Yang membuat pernyataan,

A handwritten signature in black ink, featuring a stylized 'E' and 'A' with a superscript '2' above the 'A', followed by a series of loops and a long horizontal stroke.

Ezza Ananda Pauliana

NIM. 21030046

ABSTRAK

Ezza Ananda Pauliana. 2024. *Analisis Persepsi Harga, Kenaikan Harga Produk Dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Produk Miemie Brownie Tegal*. Program Studi: Diploma III Akuntansi. Politeknik Harapan Bersama. Pembimbing I: Anita Karunia; Pembimbing II: Dewi Kartika.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting sebagai penopang perekonomian nasional. Beragam jenis UMKM, salah satunya *bakery shop* sebagai salah satu usaha yang sedang berkembang dan jumlahnya yang terus bertambah. Namun dalam prakteknya UMKM masih sering mengalami kendala dalam penjualan karena masalah seperti penentuan harga produk, kenaikan harga bahan baku, persepsi konsumen mengenai citra merek dan masalah lain tentang pengelolaan usaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel persepsi harga, kenaikan harga produk, dan *brand awareness* terhadap minat beli produk Miemie Brownie Tegal. Penelitian ini adalah dikategorikan sebagai penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan data primer yang berasal dari penyebaran kuisioner yang diberikan kepada 100 konsumen Miemie Brownie. Pada penelitian ini data diolah menggunakan SPSS dengan menggunakan metode analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan variabel persepsi harga, kenaikan harga produk dan *brand awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk Miemie Brownie Tegal. Ketiga variabel menunjukkan mampu mempengaruhi minat beli. Persepsi harga konsumen dapat membandingkan harga *publish* dengan harga produk yang dibayangkan atau kisaran harga yang pantas atas suatu produk. Kenaikan harga produk disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk permintaan yang tinggi, biaya produksi yang meningkat, fluktuasi pasar, dan faktor eksternal lainnya. *Brand awareness* terikat melalui kesan yang sudah tersimpan pada benak konsumen yang mencerminkan kemampuan konsumen pada mengingat atau mengenali merek atau produk pada situasi yang tidak sama.

Kata Kunci : Persepsi Harga, Kenaikan Harga Produk, Brand Awareness, Minat Beli

ABSTRACT

Ezza Ananda Pauliana. 2024. Analysis of Price Perception, Product Price Increase, and Brand Awareness on Purchase Intention of Miemie Brownie Tegal Products. Study Pogram Accounting Associate Degree Politeknik Harapan Bersama. Supervisor I: Anita Karunia; Supervisor II: Dewi Kartika.

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) have an important role as a supporter of the national economy. Various types of MSMEs, one of which is bakery shops as one of the businesses that are developing and the number continues to grow. However, in practice, MSMEs still often experience obstacles in sales due to problems such as product pricing, raw material price increases, consumer perceptions of brand image and other problems regarding business management. This study aims to determine the effect of price perception variables, product price increases, and brand awareness on purchasing interest in Miemie Brownie Tegal products. This study is categorized as quantitative descriptive research using primary data from distributing questionnaires given to 100 Miemie Brownie consumers. In this study, the data was processed using SPSS using multiple regression analysis methods. The results of this study indicate that partially and simultaneously the price perception variables, product price increases and brand awareness have a positive and significant effect on purchasing interest in Miemie Brownie Tegal products. All three variables show that they are able to influence purchasing interest. Consumer price perception can compare the published price with the imagined product price or the reasonable price range for a product. The increase in product prices is caused by various factors, including high demand, increased production costs, market fluctuations, and other external factors. Brand awareness is tied through the impression that has been stored in the minds of consumers which reflects the ability of consumers to remember or recognize brands or products in different situations.

Keywords: Price Perception, Product Price Increase, Brand Awareness, Purchase Intent

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Batasan Masalah.....	7
1.6 Kerangka Berfikir.....	7
1.7 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11

2.1	Persepsi Harga.....	11
2.2	Kenaikan Harga Produk	14
2.3	Brand awareness.....	19
2.4	Minat Beli Konsumen	25
2.5	Penelitian Terdahulu	29
2.6	Hipotesis Penelitian	32
BAB III METODE PENELITIAN		36
3.1	Lokasi Penelitian	36
3.2	Waktu Penelitian	36
3.3	Jenis Data	36
3.4	Sumber Data.....	37
3.5	Metode Pengumpulan Data.....	37
3.6	Populasi dan Sampel.....	39
3.7	Uji Intrumen Penelitian.....	43
3.8	Uji Asumsi Klasik.....	44
3.9	Analisis Regresi Liner Berganda	45
3.10	Uji Hipotesis	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		50
4.1	Gambaran Umum	50
4.2	Hasil Penelitian	51
4.3	Pembahasan.....	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		68
5.1	Kesimpulan.....	68
5.2	Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....		71

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 2 Skala Likert.	39
Tabel 3 Operasional Variabel.....	42
Tabel 4 Jenis Kelamin Responden	51
Tabel 5 Jenis Usia Responden.....	52
Tabel 6 Jenis Pekerjaan Responden	53
Tabel 7 Hasil Uji Validitas	55
Tabel 8 Hasil Uji Reliabilitas	56
Tabel 9 Hasil Uji Normalitas.....	57
Tabel 10 Hasil Uji Multikolonieritas	58
Tabel 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	59
Tabel 12 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	60
Tabel 13 Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	62
Tabel 14 Uji Signifikansi Simultan (Uji f).....	63
Tabel 15 Koefisien Determinasi.....	6

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Penjualan Miemie Brownie Tegal 2021-2023.....	3
Gambar 2 Kerangka Berpikir... ..	8
Gambar 3 Piramida Kesadaran Merek.	20
Gambar 4 Kesadaran Merek (<i>Brand Awariness</i>).....	22