

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
OUTLET MARTABAK KINGDOM DI NGANJUK**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan kelulusan
dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen



Oleh:

PUTRIEKA YUNITA ANDRIYANI

NPM. 17419206

FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS KADIRI

K E D I R I

2021

LEMBAR PENGESAHAN

Dipertahankan didepan Tim Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri dan diterima untuk memenuhi
salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen
Pada tanggal 10 Juli 2021

Mengesahkan
Universitas Kadiri
Fakultas Ekonomi

Dekan,


Dr. Nur Laely MM
NIK. 0718026001

Tim Penguji

1. Drs. Sudjiono M.M
NIDN : 0711055801
2. Dr. Enni Sustiyatik, S.E M.M
NIDN : 0725127202
3. Dr. Sasi Utami M.M
NIDN : 0718105801


:.....

:.....

:.....

SURAT PERNYATAAN ORISINILITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Putri Eka Yunita Andriyani

NPM : 17419206

Program Study : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Jenjang : Sarjana (S1)

Menyatakan bahwa saya tidak melakukan kegiatan plagiat dalam penulisan skripsi saya yang berjudul : **“PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA OUTLET MARTABAK KINGDOM DI NGANJUK.**

Apabila suatu saat nanti saya terbukti melakukan tindakan plagiat, maka saya akan menerima sanksi yang telah ditetapkan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Kediri, 1 Juni 2021



PUTRI EKA YUNITA ANDRIYANI

NPM: 17419206

KATA PENGANTAR

Segala Puji bagi Allah, Sang Maha Pencipta dan Pengatur Alam Semesta berkat ridho-Nya penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Image*, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Pada Outlet Martbak Kingdom di Nganjuk". Dalam menyusun Skripsi ini, tidak sedikit kesulitan dan hambatan yang penulis alami. Namun berkat dukungan, dorongan dan semangat dari orang terdekat sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Semoga Penelitian tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya, bagi pembaca dan bagi pemilik Outlet Martabak Kingdom pada umumnya.

Pada penyusunan laporan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu menyelesaikan Penelitian dengan baik. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT, yang Maha segala-Nya sehingga Penelitian ini dapat terselesaikan.
2. Ir. Djoko Rahardjo, MP selaku Rektor Universitas Kadiri.
3. Dr. Nur Laely, S.E.,M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi
4. Drs. Gandung Satriyoni, S.T.,M.M selaku Kaprodi Manajemen
5. Drs. Sudjiono M.M. Selaku Dosen pembimbing I yang telah berkenan meluangkan banyak waktu untuk membimbing serta memberikan saran dan memberikan tambahan ilmu dalam setiap kesulitan menyelesaikan Penelitian ini sampai selesai.

6. Dr. Enni Sustiyatik,S.E.,M.M. Selaku Dosen Pembimbing II yang telah berkenan meluangkan banyak waktu untuk membimbing serta memberikan saran dan memberikan tambahan ilmu dalam setiap kesulitan menyelesaikan Penelitian ini sampai selesai.
7. Seluruh Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomi yang sudah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.
8. Kedua orang tua saya, Ayah tercinta Suyono dan Ibu tercinta Hartatik serta Adik saya Prisyala Dwi Martha Anggraini yang selalu memberikan dukungan, bantuan finansial dan doa yang senantiasa mengiringi untuk kesuksesan penulis.
9. Seluruh Keluarga besar penulis, terimakasih untuk dukungan dan doa yang tiada henti-hentinya
10. Seluruh Teman-teman Angkatan 2017 Universitas Kadiri khususnya Fakultas Ekonomi Manajemen kelas B, terima kasih untuk dukungannya.
11. Untuk sahabat saya tercinta, Monica Aprita S, Oka Widya S, Elfirza Laiyinatul N, Niswatul Hidayah, Ngaza Khoirun Nada, Tika Aprilia. Terimakasih sudah memberikan support, motivasi dan doa yang tiada henti-hentinya hingga saat ini.
12. Kepada owner dan admin dari Outlet Martabak Kingdom. Atas izin dan dukungan penulis dapat menyelesaikan Penelitian ini dengan baik.
13. Semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian Penelitian ini, terimakasih atas bantuannya.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam Penelitian ini. Untuk itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun guna penyempurnaan Penelitian ini akan penulis terima dengan baik. Semoga Penelitian ini akan memberikan manfaat bagi kita semua.

Kediri, 1 Juni 2021

Penulis,

Putri Eka Yunita Andriyani
NPM. 17419206

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	i
SURAT PERNYATAAN ORISINILITAS.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
I.I Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Pembatasan Masalah.....	6
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Tujuan Penelitian.....	7
1.4.2 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan teori.....	11
2.2.1 Manajemen Pemasaran.....	11
2.2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	11
2.2.1.2 Pemasaran	12

2.2.2 Brand Image	13
2.2.2.1 Pengertian Citra merk (<i>Brand Image</i>)	13
2.2.2.2 Indikator Citra Merek	15
2.2.2.3 Faktor-faktor yang Membentuk Citra Merek	15
2.2.2.4 Tujuan Citra Merek	17
2.2.3 Teori Tentang Harga.....	17
2.2.3.1 Pengertian Harga	17
2.2.3.2 Indikator Harga.....	20
2.2.3.3 Tahap – Tahap Penetapan Harga	21
2.2.3.4 Faktor-faktor yang Menjadi Pertimbangan dalam Penetapan Harga	23
2.2.3.5 Tujuan Penetapan Harga.....	24
2.2.4 Kualitas pelayanan	25
2.2.4.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	25
2.2.4.2 Indikator Kualitas Pelayanan.....	26
2.2.4.3 Faktor-Faktor Yang Di Perhatikan Dalam Kualitas Pelayanan	27
2.2.4.4 Ciri-Ciri Kualitas Pelayanan Publik	28
2.2.5 Keputusan Pembelian	28
2.2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian	28
2.2.5.2 Indikator Keputusan Pembelian.....	29
2.2.5.3 Faktor-Faktor Yang mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	30
2.3 Kerangka Berpikir.....	31
2.4 Hipotesis	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Jenis Penelitian.....	33

3.2 Lokasi dan Periode Penelitian	33
3.3 Populasi dan Sampel	34
3.3.1 Populasi	34
3.3.2 Teknik Penentuan Besarnya Sampel	34
3.3.3 Teknik Sampling	35
3.4 Sumber Data.....	36
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	37
3.5.1 Teknik Pengumpulan Data	37
3.5.2 Uji Instrumen Penelitian Validitas dan Reliabilitas Data.....	38
3.5.2.1 Uji Validitas.....	38
3.5.2.2 Uji Reliabilitas	38
3.6 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	38
3.7 Metode Analisis Data.....	41
3.7.1 Uji Asumsi Klasik	41
3.7.1.1 Uji Multikolinieritas	41
3.7.1.2 Uji Heteroskedastisitas	42
3.7.1.3 Uji Normalitas	42
3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda	43
3.8 Uji Hipotesis	43
3.8.1 Uji Parsial (Uji t).....	43
3.8.2 Uji Simultan (Uji F)	44
3.8.3 Koefisien Determinasi (R^2)	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Gambar Umum Obyek Penelitian	46

4.2 Karakteristik Responden	46
4.3 Deskriptif Penilaian Variabel.....	48
4.4 Analisis Data.....	56
4.4.1 Uji Validitas.....	56
4.4.2 Uji Reliabilitas	60
4.4.3 Uji Asumsi Klasik.....	60
4.4.4 Uji Regresi Linier Berganda.....	63
4.5.1 Uji Parsial (Uji T).....	64
4.5.2 Uji Simultan (Uji F).....	65
4.5.3 Uji Koefisien Determinasi	66
4.5.4 Hasil Uji Hipotesis.....	66
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	67
4.6.1 Pengaruh Parsial Brand Image Terhadap Keputusan pembelian martabak kingdom di Nganjuk.....	67
4.6.2 Pengaruh Parsial Harga Terhadap Keputusan pembelian martabak kingdom di Nganjuk.....	68
4.6.3 Pengaruh Parsial Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan pembelian martabak kingdom di Nganjuk	69
4.6.4 Pengaruh Simultan Brand Image, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap keputusan pembelian martabak kingdom di Nganjuk	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	72
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Saran	73
5.2.1 Bagi Pemilik Martabak Kingdom di Nganjuk	74

5.2.2 Bagi Akademisi.....	74
5.2.3 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	74
DAFTAR PUSTAKA	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan Outlet Martabak Kingdom Nganjuk Tahun 2020.....	5
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 3.5	Skala Likert.....	38
Tabel 3.6	Tabel Operasional Variabel Penelitian.....	41
Tabel 4.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4.2	Karakteristik Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4.3	Penelitian Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	49
Tabel 4.4	Deskriptif Penilaian Variabel Brand Image.....	49
Tabel 4.5	Deskriptif Penilaian Variabel Harga.....	51
Tabel 4.6	Deskriptif Penilaian Variabel Pelayanan.....	52
Tabel 4.7	Deskriptif Penilaian Variabel Keputusan Pembelian.....	55
Tabel 4.8	Uji Validitas Variabel Brand Image.....	57
Tabel 4.9	Uji Validitas Variabel Harga.....	58
Tabel 4.10	Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	59
Tabel 4.11	Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	61
Tabel 4.12	Uji Reliabilitas Variabel Penelitian.....	61
Tabel 4.13	Syarat Uji Reliabilitas.....	62
Tabel 4.14	One Sample Kolmogorov - Smirnov.....	62
Tabel 4.15	Uji Autokorelasi Durbin Waton.....	63
Tabel 4.16	Uji Multikolinieritas.....	63
Tabel 4.17	Uji Heterokedstisitas.....	64

Tabel 4.18	Model Regresi Linier Berganda.....	65
Tabel 4.19	Uji Parsial.....	66
Tabel 4.20	Uji Silmutan.....	67
Tabel 4.21	Uji Determinasi.....	67
Tabel 4.22	Hasil Pembuktian Hipotesis.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Berfikir.....	32
------------	------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lamp. 1	File Kuisisioner.....	78
Lamp. 2	Tabulasi Data.....	83
Lamp. 3	Hasil Olah Data SPSS 16 Version.....	94