

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ERIGO
OFFICIAL STORE**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar

Sarjana

Ekonomi Program Studi Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh :

Alief Ari Pratama

B100190209

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta

2022



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Jl. A Yani Tromol Pos 1, Pabelan Kartasura 57102 Ph.: (0271) 717417 Eks.461 Surakarta

FORM PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Jum'at, 30 Desember 2022

Assalamu'alaikum wr wb.

Yang bertanda tangan dibawah ini Dosen Pembimbing skripsi menyatakan

Nama Mahasiswa : Alief Ari Pratama

NIM : B100190209

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, dan Kualitas
Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo
Official Store

Pembimbing : Edy Purwo Saputro, S.E.,M.Si

bahwa skripsi dari mahasiswa tersebut telah melakukan proses pembimbingan
sesuai prosedur yang telah ditetapkan dan disetujui untuk menempuh ujian skripsi.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terimakasih

Wasalamu'alaikum salam wr wb

Surakarta, 30 Desember 2022

Dosen Pembimbing

(Edy Purwo Saputro, S.E.,M.Si)

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca Skripsi dengan judul :

ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA KONSUMEN ERIGO OFFICIAL STORE DI SURAKARTA)

Yang ditulis dan disusun oleh :

ALIEF ARI PRATAMA

B 100 190 209

Telah dipertimbangkan di depan Dewan Penguji

Pada Tanggal : 12 Januari 2023

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Susunan Dewan Penguji

1. Dr. Edy Purwo Saputro, S.E., M.Si.

(.....)

2. Kusdiyanto, S.E., M.Si

(.....)

3. Aflit Nuryulia Praswati, S.E., M.M.

(.....)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : ALIEF ARI PRATAMA

NIRM : B 100 190 209

Jurusan : EKONOMI MANAJEMEN

Judul Skripsi : "PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS LAYANAN, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN ERIGO OFFICIAL STORE

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan gelar atau ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 30 Desember 2022

Yang membuat pernyataan,

ALIEF ARI PRATAMA

MOTTO

“Angin tidak berhembus untuk menggoyangkan pepohonan, melainkan
menguji kekuatan akarnya.” (Ali bin Abi Thalib)

“Akan selalu ada jalan menuju sebuah kesuksesan bagi siapapun, selama orang
tersebut mau berusaha dan bekerja keras untuk memaksimalkan kemampuan
yang ia miliki.” (Bambang Pamungkas)

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati penulis mempersembahkan karya kecil ini spesial untuk:

1. Allah SWT yang memberikan rahmat, karunia, nikmat, kemudahan serta hidayahnya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Nabi Muhammad SAW yang telah memberi tauladan dan membawa perubahan dari zaman Jahiliyah menuju zaman yang terang benderang ini.
3. Kedua orang tua saya dan adikku tercinta yang selalu memberikan kasih sayang, doa yang tiada henti, semangat dan motivasi yang sangat besar sehingga saya bisa menyelesaikan kuliah saya di Universitas Muhammadiyah ini.
4. Almamaterku, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, kualitas layanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen produk erigo official store. Penelitian ini merupakan jenis penelitian asosiatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat surakarta yang telah memenuhi syarat dan jumlah responden sebagai sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5 skala likert. Analisis data menggunakan SPSS versi 26. Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan kualitas produk berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Citra Merek, kualitas layanan, kualitas produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of brand image, service quality and product quality on consumer purchasing decisions for erigo official store products. This research is a type of associative research. The method used in this research is quantitative method. The population and sample in this study were the people of Surakarta who had met the requirements and the number of respondents as the sample in this study were 100 people. Source of data used in this research is primary data. The measurement scale used in this study is 5 Likert scale. Data analysis used SPSS version 26. The results of the analysis in this study showed that brand image had a positive and significant effect on purchasing decisions, service quality had a positive and significant effect on purchasing decisions while quality had a positive but not significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Brand Image, service quality, product quality, Purchase Decision

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas layanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen ERIGO ”.

Dalam penulisan Skripsi ini, penulis telah banyak mendapat bantuan yang tulus dan ikhlas dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih pada berbagai pihak yang telah membantu mulai dari persiapan penulisan hingga selesainya penulisan ini kepada:

1. Bapak Dr. H. Sofyan Anif, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Anton Setyawan, S.E., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Moehammad Nasir SE, MM selaku Pembimbing Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

4. Ibu Dr. Rini Kuswati, SE., M.Si., selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Bapak Dr. Edy Purwo Saputro, SE., M.Si., selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan selama penulisan dalam menempuh skripsi.
6. Bapak dan Ibu dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa studi.
7. Kedua orang tuaku yang telah memberikan dorongan baik moril maupun materiil. Terima kasih untuk semua, motivasi, bimbingan, kerja keras dan pengorbanan yang telah dilakukan.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas bantuannya dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan penelitian ini masih jauh dari sempurna, maka penulis sangat berterima kasih apabila diantara pembaca ada yang memberikan saran dan kritik yang membangun guna memperluas wawasan penulis sebagai proses pembelajaran diri. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat yang baik, serta menjadi arahan dalam perjalanan pengetahuan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta , 30 Desember 2022

Penulis



Alief Ari Pratama

DAFTAR ISI

FORM PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
D. Sistematika Penulisan Skripsi	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Tinjauan Teori	10
B. Penelitian Terdahulu.....	12
C. Hipotesis.....	17
D. Kerangka Pemikiran	19
BAB III METODE PENELITIAN	21
A. Jenis Penelitian	21
B. Defisi Operasional dan Pengukuran Variabel	21
C. Data dan Sumber Data.....	26
D. Metode Pengumpulan Data	26
E. Desain Pengambilan Sampel.....	27

F. Metode Analisis Data.....	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	31
A. Deskripsi Responden.....	31
B. Analisis Kelayakan Instrumen	34
C. Uji Asumsi Klasik	40
D. Uji Koefesiensi Determinasi	44
E. Uji F	44
F. Uji t	45
G. Regresi Linear Berganda	47
H. PEMBAHASAN	48
BAB V PENUTUPAN.....	51
A. Kesimpulan.....	51
B. Keterbatasan	51
C. Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN.....	57

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3. 1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 4. 1 Deskripsi berdasarkan jenis kelamin	32
Tabel 4. 2 Deskripsi Berdasarkan Usia	32
Tabel 4. 3 Deskripsi Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	33
Tabel 4. 4 Deskripsi Berdasarkan Intensitas Pembelian	33
Tabel 4. 5 Deskripsi Berdasarkan Program Studi	34
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas.....	36
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek	37
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Layanan.....	38
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk	39
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan pembelian	40
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas	41
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	42
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	43
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	44
Tabel 4.15 Hasil Uji F.....	45
Tabel 4.16 Hasil Uji t.....	46
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran.....	20
-----------------------------------	----