



**ANALISIS PENGARUH LOKASI, HARGA, PROMOSI, DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP CITRA MEREK
(Studi kasus pada Alfamart Karimata Jember)**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)
Dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :

DANU RIZKY SAPUTRA

NIM : 12.10.411.274

**FAKLUTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

JANUARI, 2017

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **DANU RIZKY SAPUTRA**

NIM : **12.10.411.274**

Prodi : **Manajemen Pemasaran /S1**

Menyatakan dengan sebenar – benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : **ANALISIS PENGARUH LOKASI, HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP CITRA MEREK (Studi kasus pada Alfamart Karimata Jember)** adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya, sesuai sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak - pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, Januari 2017

Yang menyatakan,

Materai
6000

Danu Rizky Saputra
NIM : 12.10.411.274

PERSETUJUAN SKRIPSI



**ANALISIS PENGARUH LOKASI, HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP CITRA MEREK
(Studi kasus pada Alfamart Karimata Jember)**

SKRIPSI

Oleh :

DANU RIZKY SAPUTRA

NIM : 12.10.411.274

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Nurul Qomariah., MM

Dosen Pembimbing Pendamping : Feti Fatimah, SE., MM

PENGESAHAN

Skripsi berjudul: **ANALISIS PENGARUH LOKASI, HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP CITRA MEREK (Studi kasus pada Alfamart Karimata Jember)** telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari :

Tanggal :

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Seno Sumowo, SE., MM

NPK 01 09 288

Anggota 1,

Anggota 2,

Dr. Nurul Qomariah., MM

NPK 06 03 426

Feti Fatimah, SE., MM.

NIDN. 07 09 622

Mengesahkan :

Dekan

Ketua Jurusan

Dr. Arik Susbiyani, S.E. M.Si.

NPK 01 09 289

MaheniIka Sari, SE, MM.

NIDN 0011087701

MOTTO

Allah akan meninggikan derajat orang – orang yang beriman di antara kamu dan orang – orang yang memiliki ilmu pengetahuan.

(Al – Mujadillah : 11)

Barang siapa bersungguh – sungguh, sesungguhnya kesungguhannya itu adalah untuk dirinya sendiri.

(QS : Al – Ankabut (29) : 6)

Janganlah kau takut untuk salah dan melangkah. Karena salah dapat membuat anda intropeksi dan menjadi orang lebih baik.

“Memulai dengan penuh keyakinan menjalankan dengan penuh keikhlasan menyelesaikan dengan penuh kebahagiaan”

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada pelanggan Alfamart Karimata Jember. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari lokasi, harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap citra merek Alfamart Karimata Jember. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan alat bantu berupa observasi, wawancara dan kuesioner terhadap 40 responden dengan teknik *purposive sampling*, yang bertujuan untuk mengetahui persepsi responden terhadap masing – masing variabel. Analisis yang digunakan meliputi uji instrumen data (uji validitas dan uji reliabilitas), analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas), uji hipotesis (uji F, uji t, koefisien determinasi). Dari hasil analisis menggunakan regresi dapat diketahui bahwa lokasi, harga, promosi, dan kualitas pelayanan, semuanya berpengaruh positif terhadap citra merek. Dari uji t diperoleh hasil lokasi, harga, promosi, dan kualitas pelayanan, semuanya berpengaruh signifikan terhadap citra merek. Dari uji F diperoleh hasil lokasi, harga, promosi, dan kualitas pelayanan, semuanya berpengaruh signifikan secara simultan terhadap citra merek.

Kata kunci : Lokasi, Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan dan Citra Merek

ABSTRACT

Research was conducted on customers Alfamart Karimata Jember. This study aims to determine the effect of the location, price, promotion, and quality of service to the brand image Alfamart Karimata Jember. In this study, data were collected with tools such as observation, interviews and questionnaires to 40 respondents with the purposive sampling technique, which aims to determine the respondent's perceptions of each variable. Analysis of test instruments used include the data (validity, and reliability test), multiple linear regression analysis, the classic assumption test (normality test, multicollinearity, heteroscedasticity test), and hypothesis testing (F test, t test, the coefficient of determination). From the results of regression analysis showed that the location, price, promotion, and quality of service, all of them positive effect on the brand image. T test result of the location, price, promotion, and quality of service, all of them have a significant effect on the image of the brand. F test results obtained from the location, price, promotion, and quality of service, all of them simultaneously significant effect on the image of the brand.

Keywords: Location, Price, Promotion, Quality of Service and Brand Image

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah hirabbilalamin banyak nikmat yang Allah berikan tetapi sedikit yang kita ingat. Segala puji syukur kepada Allah SWT atas segala berkah, rahmat, taufik serta hidayahnya yang tidak terkira besarnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Lokasi, Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Citra Merek (Studi kasus pada Alfamart Karimata Jember)”.

Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunannya, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar besarnya kepada:

1. Dr.Arik Susbiyani, S.E.,M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
2. Maheni Ikasari, SE, MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
3. Dr. Nurul Qomariah,. MM., selaku Dosen Pembimbing I dan Feti Fatimah, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
4. Seno Sumowo SE., MM selaku Dosen Penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.

5. Seluruh Staff Pengajar/dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staff Pengajar Jurusan Manajemen.
6. Alfamart jalan Karimata Jember yang telah memberikan izin dan karyawan-karyawan yang telah membantu dalam pelaksanaan penelitian.
7. Terima kasih Bapak dan Ibu ku tercinta dan tersayang, terimakasih untuk do'a yang selalu ada di setiap helai nafas, untuk cinta dan kasih sayang yang tidak akan bisa digantikan oleh siapapun.
8. Buat Nursaidah Spd., yang telah memotivasi kuselama ini.
9. Sahabat ku Muntasir SE., Julia Nuranisa SE., Imam Muqrobin ST., Danan Imananda Spd., Hafid Julianto Spd., Nur Ahmad Ghofar Amd., Sandroka Punanggara, Sulaiman, Delima Krisma Jaya, Evan Sherli, Gailh Hariadi yang senantiasa menjadi penyemangat dan menemani di setiap hariku.
10. Terimakasih Siti Maisaroh SE., Ulfa Mufarida SE., Novivatul Khotijah SE., telah membantu dan membimbingku selama skripsi ini.
11. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen angkatan 2012 yang telah memberikan semangat dan dukungan.
12. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan semua namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bisa memberikan sedikit kebahagiaan dan menuntun pada langkah yang lebih baik lagi. Meskipun penulis berharap isi dari skripsi ini bebas dari kekurangan dan kesalahan, namun selalu ada yang kurang. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat lebih baik lagi. Akhir kata penulis berharap agar agar skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Jember, Januari 2017

Penyusun

DANU RIZKY SAPUTRA

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian dan Kegunaan penelitian.....	4
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 LandasanTeori.....	6
2.1.1 Konsep Manajemen Pemasaran	6
2.1.2 Bisnis Ritel	7
2.1.2.1 Pengertian Perdagangan Eceran (<i>Ritel Business</i>)	7
2.1.2.2 Tipe-Tipe Ritel.....	8

2.1.3	Pengertian Lokasi.....	9
2.1.4	Harga	11
2.4.1.1	Pengertian Harga	11
2.4.1.2	Tujuan Penetapan Harga.....	12
2.4.1.3	Faktor – faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga.....	12
2.1.5	Promosi.....	14
2.1.5.1	Pengertian Promosi.....	14
2.1.5.2	Proses Promosi (<i>Marketing Communication</i>)	15
2.1.6	Kualitas Pelayanan	22
2.1.6.1	Pengertian Kualitas Pelayanan	22
2.1.6.2	Dimensi Kualitas Pelayanan.....	24
2.1.7	Citra Merek	25
2.1.7.1	Pengertian Citra Merek.....	25
2.1.7.2	Strategi Alternatif Pemilihan Merek.....	29
2.1	Penelitian Terdahulu	30
2.2	Kerangka Konseptual	31
2.3	Hipotesis.....	32
BAB 3.	METODE PENELITIAN.....	36
3.1	Identifikasi Variabel.....	36
3.1.1	Variabel bebas (<i>Independent Variabel</i>)	36
3.1.2	Variabel Terikat (<i>Dependent Variabel</i>)	36
3.2	Definisi Operasional Variabel.....	36
3.2.1	Lokasi (X_1).....	36
3.2.2	Harga (X_2)	37
3.2.3	Promosi (X_3).....	37
3.2.4	Kualitas Pelayanan (X_4).....	38
3.2.5	Citra Merek (X_5)	38

3.3 Desain Penelitian.....	38
3.4 Populasi, Teknik Pengambilan Sampel dan Sampel.....	38
3.4.1 Populasi.....	38
3.4.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	38
3.4.3 Sampel.....	39
3.5 Jenis Data	39
3.5.1 Data Sekunder	40
3.5.2 Data Primer	40
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.7 Teknik Analisis Data.....	41
3.7.1 Uji Instrumen Data.....	42
3.7.1.1 Uji Validitas	42
3.7.1.2 Uji Reliabilitas	42
3.7.1.3 Uji Normalitas.....	43
3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda	43
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	44
3.7.3.1 Uji Multikolinearitas	44
3.7.3.2 Uji Heteroskedastisitas.....	45
3.7.4 Pengujian Hipotesis.....	46
3.7.4.1 Uji Signifikan Parsial (Uji-t).....	46
3.7.4.2 Uji Signifikan Parsial (Uji-f).....	46
3.7.4.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	47
BAB 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Gambaran Objek Penelitian	49
4.1.1 Sejarah PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk	49
4.1.2 Visi, Misi dan Budaya Perusahaan	49

4.2 Deskriptif Statistik Responden.....	50
4.3 Deskriptif Variabel Penelitian.....	51
4.3.1 Lokasi.....	52
4.3.2 Harga.....	53
4.3.3 Promosi.....	55
4.3.4 Kualitas Pelayanan.....	57
4.3.5 Citra Merek.....	59
4.4 Teknik Analisis Data.....	61
4.4.1 Uji Instrumen Data.....	61
4.4.1.1 Uji Validitas Data.....	61
4.4.1.2 Uji Reabilitas Data.....	62
4.4.1.3 Uji Normalitas.....	63
4.4.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	64
4.4.3 Uji Asumsi Klasik.....	66
4.4.3.1 Uji Multikolinearitas.....	66
4.4.3.2 Uji Heterokedastisitas.....	67
4.4.4 Uji Hipotesis Penelitian.....	68
4.4.4.1 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t).....	68
4.4.4.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....	70
4.4.4.3 Uji Koefisien Determinasi.....	70
4.5 Pembahasan.....	71
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN.....	73
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Keterbatasan.....	73
5.3 Saran.....	73
5.3.1 Bagi Penelitian Selanjutnya.....	74

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN
DOKUMENTASI

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	: Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 4.1	: Responden Menurut Usia.....	50
Tabel 4.2	: Responden Menurut Tingkat Pendidikan.....	51
Tabel 4.3	: Responden Menurut Masa Berlangganan.....	51
Tabel 4.4	: Frekuensi Terhadap Lokasi.....	52
Tabel 4.5	: Frekuensi Responden Terhadap Harga.....	54
Tabel 4.6	: Frekuensi Responden Terhadap Promosi.....	56
Tabel 4.7	: Frekuensi Responden Terhadap Kualitas Pelayanan.....	58
Tabel 4.8	: Frekuensi Responden Terhadap Citra Merek.....	60
Tabel 4.9	: Hasil Pengujian Validitas.....	62
Tabel 4.10	: Hasil Pengujian Reliabilitas.....	63
Tabel 4.11	: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	65
Tabel 4.12	: Hasil Uji Multikolinearitas	67
Tabel 4.13	: Hasil Uji t, Uji f dan Koefisien Determinasi (R^2).....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 : Kerangka Konseptual	31
Gambar 4.1 : Hasil Pengujian Normalitas.....	64
Gambar 4.2 : Hasil Pengujian Heterokedastisitas	68

DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1 : Pengantar Kuisisioner
- LAMPIRAN 2 : Petunjuk Pengisian Kuisisioner Penelitian
- LAMPIRAN 3 : Kuisisioner Penelitian
- LAMPIRAN 4 : Rekapitulasi Kuisisioner
- LAMPIRAN 5 : Frekuensi Pernyataan Responden
- LAMPIRAN 6 : Hasil Perhitungan Uji Validitas
- LAMPIRAN 7 : Hasil Perhitungan Reliabilitas
- LAMPIRAN 8 : Hasil Perhitungan Regresi Linier Berganda, Uji Asumsi Klasik dan Uji Hipotesis
- LAMPIRAN 9 : Tabel r *Product Moment*, Tabel Distribusi F, dan Tabel Distribusi t
- LAMPIRAN 10 : Penelitian terdahulu