



**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA  
MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN**

**(Studi Pada UD. Bakpia Glenmore-Jember)**

**SKRIPSI**

**Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)  
dan memperoleh gelar sarjana ekonomi**

**Oleh:**

**Nurul Yaqin  
NIM. 13.10.412.028**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
2019**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nurul Yaqin

NIM : 1310412028

Prodi : Manajemen Pemasaran / S1

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada ud. Bakpia Glenmore - 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, sesuaidengan 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, 11 Maret 2019

Yang menyatakan

Nurul Yaqin

NIM. 1310412028

## SKRIPSI

# ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Kasus Pada ud. Bakpia Glenmore - Jember)



Oleh :  
Nurul Yaqin  
NIM.13.10.412.028

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Bayu Wijyantini, SE, MM

Dosen Pembimbing Pendamping : A. Hasan Hafidzi, SE, MM

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada ud. Bakpia Glenmore - Jember) : telah di uji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Rabu

Tanggal : 06 Maret 2019

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Drs. Akhmad Suharto, MP.

NPK 89 06 242

Anggota I,

Anggota II,

Bayu Wijyantini, SE, MM

NPK 10 09 061

A. Hasan Hafidzi, SE, MM

NPK 15 09 647

Mengesahkan :

Dekan,

Ketua Progm Studi,

Dr. Arik Susbiyani, SE, M.Si

NPK 01 09 289

Drs. Anwar, M.Sc

NPK 85 03 125

## MOTTO

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri”

(QS. Ar-Ra'd Ayat 11)

“Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan”

(QA. Al-Mujadalah ayat 11)

“Barang siapa yang dikehendaki Allah menjadi baik, maka dia akan difahamkan dalam hal agama. Dan sesungguhnya ilmu itu dengan belajar”

(HR. Bukhori)

“Belajarlah kalian semua atas ilmu yang kalian inginkan, maka demi Allah tidak akan diberikan pahala kalian sebab mengumpulkan ilmu sehingga kamu mengamalkan”

(HR. Abu Hasan)

“Pelajarilah olehmu ilmu pengetahuan dan pelajarilah ilmu pengetahuan itu dengan tenang dan sopan, rendah hatilah kamu kepada orang yang belajar kepadanya”

(HR. Abu Nu'aim)

## **PERSEMBAHAN**

Atas rahmat dan karunia Allah SWT, dengan rasa tulus dan rendah hati kRy tulis ini kupersembahkan kepada :

- ALLAH SWT, yang telah memberikan jalan, kemudahan, dan kekuatan dalam hidupku.
- Bapakku Nito yang tersayang dan ibuku Kurniati yang paling istimewa dalam hidupku, yang telah membesarkanku, memberikan kasih sayang, selalu menasehatiku dengan bijak, serta pengorbanan yang begitu besar dan do'a yang selalu dipanjatkan untuk mengiringi langkahku menuju keberhasilan dan cita-citaku.
- Keluarga besarku semua, yang telah mendukung dan mendo'akanku selama ini.
- Adikku Galih Ramadhani yang selalu ada menemani untuk memberikan dukungan, mengingatkan serta semangat selama mengerjakan tugas akhir ini.
- Sahabat seperjuangan Fanie, Boim, Azis, Hadi dan Beni yang selalu memberi warna dikala penatnya kehidupan kampus.
- Teman-teman Fakultas Ekonomi manajemen yang selama empat tahun saling berbagi ilmu, cerita, canda, tawa, pengalaman dan pelajaran tentang hidup.
- Almamaterku tercinta Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberiku kesempatan menempuh pendidikan perguruan tinggi.

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian pada UD. Bakpia Glenmore - Jember. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan dari UD. Bakpia Glenmore – Jember. Pemilihan sampel menggunakan teknik purposive sampling yaitu terdiri 40 sampel sebagai responden yang layak digunakan dalam penelitian. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini regresi linier berganda. Berdasarkan hasil uji analisis diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan, citra merek, dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan dan pembelian. Dengan persamaan yaitu analisis dan statistic, indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan reliabel. Pada pengujian asumsi klasik, model regresi bebas multikolinearitas, tidak terjadi heteroskedastisitas dan berdistribusi normal.

**Kata kunci :** *Kualitas Pelayanan, Citar Merek, Harga, Keputusan Pembelian*



## ***ABSTRACT***

This study aims to determine the effect of service quality, brand image and price on purchasing decisions at UD. Bakpia Glenmore - Jember. The population in this study were customers of UD. Bakpia Glenmore - Jember. The selection of samples used a purposive sampling technique which consisted of 40 samples as respondents who were worthy of being used in the study. The analysis technique used in this study is multiple linear regression. Based on the results of the analysis test, it is known that the variables of service quality, brand image, and price have a significant effect on decisions and purchases. With equations namely analysis and statistics, the indicators in this study are valid and reliable. In testing classical assumptions, multicollinearity-free regression models do not occur heteroscedasticity and are normally distributed.

***Keywords*** : *Service Quality, Brand Citar, Price, Purchasing Decision*





## KATA PENGANTAR

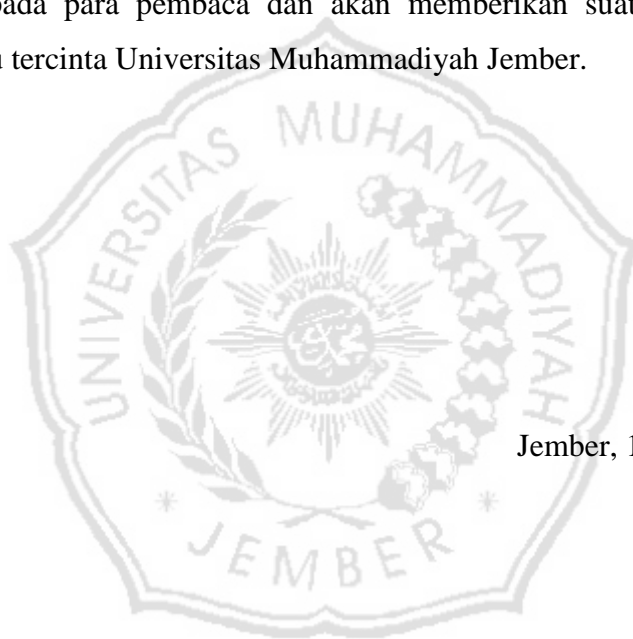
Dengan mengucap puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkat dan rahmatNya, karena tanpaNya tidak ada suatu hajatpun yang dapat terlaksana. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu Syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember.

Banyak pihak yang memberikan dukungan, bantuan moril dan material, baik secara langsung maupun secara tidak langsung dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada :

1. Arik Susbiyani, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Drs. Anwar, M.SC, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Bayu Wijayanti, SE, MM, selaku dosen pembimbing I dan A. Hasan Hafidzi, SE, MM, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan, semangat, dan pengarahan hingga tersusun skripsi ini.
4. Drs. Akhmad Suharto, MP selaku dosen penguji skripsi dan bersedia memberikan saran, bimbingan dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi Muhammadiyah Jember yang telah banyak membantu penulis selama bergabung bersama akademika Universitas Muhammadiyah Jember.
6. Kedua orang tuaku, ayahku tercinta Nito dan ibuku tersayang Kurniati, terima kasih atas kasih sayang, do'a, semangat, nasehat, perhatian dan dukungannya selama ini.
7. Keluarga besarku tercintayang tak henti-hentinya memberikanku semangat, dukungan serta do'a.
8. Teman-teman dan rekanku di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.

9. Pihak Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan izin dan para Mahasiswi Fakultas Ekonomi yang telah membantu dalam pelaksanaan penelitian ini.
10. Serta kepada semua pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu, penulis mengucapkan banyak terimakasih atas semua bantuan yang dibeikan, semoga Allah SWT memberikan berkah dan rahmat-Nya bagi kita semua.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun kesalahan dari pihak pribadi. Demikian, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada para pembaca dan akan memberikan suatu sumbangsih bagi almamaterku tercinta Universitas Muhammadiyah Jember.



Jember, 11 Maret 2019

Nurul Yaqin

NIM 13 10 412 028

## DAFTAR ISI

HALAMAN	
JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN .....	ii
HALAMAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian .....	6
1.4. Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Landasan Teori .....	7
2.1.1. Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.2. Pengertian Pemasaran.....	7
2.1.3. Konsep Pemasaran .....	8
2.1.4. Marketing Mix.....	8
2.1.5. Citra Merek.....	9
2.1.6. Kualitas Pelayanan .....	12
2.1.7 Harga .....	15
2.2. Penetapan Harga .....	17

2.3. Perilaku konsumen.....	21
2.3.1. Fakto-faktor Pelaku Konsumen.....	24
2.4. Penelitian Terdahulu .....	27
2.5. Kerangka Konseptual.....	28
2.6. Hipotesis Penelitian .....	29

### **BAB 3 : METODE PENELITIAN**

3.1. Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional .....	31
3.1.1. Identifikasi Variabel .....	31
3.1.2. Definisi Operasional Variabel .....	31
3.1.2.1. Variabel Terkait.....	31
3.1.2.2. Variabel Tidak Terkait .....	31
3.2. Desain Penelitian .....	33
3.3. Populasi dan Sampel.....	33
3.3.1. Populasi .....	33
3.3.2. Sampel .....	34
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	35
3.4.1. Jenis Data .....	35
3.4.2. Sumber Data.....	35
3.5. Metode Pengumpulan Data.....	35
3.6. Teknik Pengolahan Data.....	37
3.7. Metode	Analisis
Data.....	38
.....	
3.7.1. Statistik Deskriptif Responden.....	39
3.7.1.1. Uji Validasi .....	39
3.7.1.2. Uji Rellabilitas.....	39
3.7.2. Analisis Regresi Linear Berganda .....	39
3.7.3. Uji Asumsi Klasik .....	40
3.7.3.1. Uji Multikolonieritas.....	40
3.7.3.2. Uji Heteroskedastisitas.....	40
3.7.3.3. Uji Normalitas.....	41

3.7.4. Pengujian Hipotesis Pengujian .....	41
3.7.4.1. Uji T .....	41

#### **BAB 4 : HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	43
4.1.1. Sejarah Perusahaan .....	43
4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan .....	44
4.1.3. Struktur Organisasi .....	44
4.2. Statistik Deskriptif Responden .....	46
4.3. Deskripsi Variabel .....	47
4.3.1. Variabel Bebas .....	47
4.3.2. Variabel Terkait .....	49
4.4. Uji Instrumen Data .....	50
4.4.1. Uji Validitas .....	50
4.4.2. Uji Reliabilitas .....	51
4.5. Uji Asumsi Klasik .....	51
4.5.1. Uji Normalitas .....	52
4.5.2. Uji Multikolinearitas .....	52
4.5.3. Uji Heteroskedastisitas .....	53
4.6. Analisis Data .....	53
4.6.1. Analisis Regresi .....	53
4.6.2. Uji Hipotesis .....	55
4.7. Pembahasan .....	56
4.7.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembeli ..	56
4.7.2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembeli .....	57
4.7.3. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembeli .....	59

#### **BAB 5 : KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1. Kesimpulan .....	60
5.2. Saran .....	60

<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	61
-----------------------------	----

#### **LAMPIRAN – LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	: Data Penjualan UD. Bakpia Glenmore 2018 .....	5
Tabel 1.2	: Produsen Bakpia Area Jember .....	5
Tabel 2.1	: Penelitian Terdahulu. ....	27
Tabel 3.1	: Nilai Skala Likart.. ....	38
Tabel 4.1	: Distribusi frekuensi Umur Responden .....	46
Tabel 4.2	: Distribusi frekuensi Jenis Kelamin .....	46
Tabel 4.3	: Distribusi frekuensi Pembelian .....	47
Tabel 4.4	: Distribusi frekuensi Penilaian Responden Terhadap Kualitas Pelayanan .....	47
Tabel 4.5	: Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Citra Merek..	48
Tabel 4.6	: Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Harga.....	49
Tabel 4.7	: Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian UD. Bakpia Glenmoire.....	49
Tabel 4.8	: Validasi Instrumen .....	51
Tabel 4.9	: Reliabilitas Instrumen .....	51
Tabel 4.10	: Hasil Uji Multikolinearitas.....	52
Tabel 4.11	: Hasil Analisis Linear Berganda .....	54
Tabel 4.12	: Hasil Uji T .....	55

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	: Lima Tahap Proses Keputusan Pembelian .....	22
Gambar 2.2	: Kerangka Konseptual .....	28
Gambar 4.1	: Struktur Organisasi UD. Bakpia Glenmore.....	45
Gambar 4.2	: Uji Normalitas .....	52
Gambar 4.3	: Uji Heteroskedastisitas .....	53



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Dan Data Pelanggan
- Lampiran 2 : Hasil Data Frekuensi Pernyataan Responden
- Lampiran 3 : Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas
- Lampiran 4 : Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

