

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN,
HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN AMANDA BROWNIES
(Studi Kasus Pada Amanda Brownies Cabang Mulyosari
Surabaya)**



OLEH:

SHEVIA CARERESLIE

18116001

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA
2021**



SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN,
HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN AMANDA BROWNIES
(Studi Kasus Pada Amanda Brownies Cabang Mulyosari
Surabaya)**



Oleh:

SHEVIA CARERESLIE

18116001

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA

SURABAYA

2021

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN,
HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN AMANDA BROWNIES**

**(Studi Kasus Pada Amanda Brownies Cabang Mulyosari
Surabaya)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Prasyarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



Oleh:

SHEVIA CARERESLIE

18116001

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA

SURABAYA

2021





LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Nama : Shevia Carereslie

NPM : 18116001

Fakultas : Ekonomi

Prodi : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Amanda Brownies (Studi Kasus Pada Amanda Brownies Cabang Mulyosari Surabaya)

Pembimbing,

Tanggal : 18 Januari 2021

(Citra Anggraini T, S.E., M.M.)

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Tanggal : 18 Januari 2021



(Lilik Indrawati, S.E., M.M.)



TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Shevia Carereslie

NPM : 18116001

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Amanda Brownies (Studi Kasus Pada Amanda Brownies Cabang Mulyosari Surabaya)

Dosen Pendamping,
Tanggal 18 Januari 2021

(Citra Anggraini T, S.E., M.M.)

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Tanggal 18 Januari 2021



(Lilik Indrawati, S.E., M.M.)



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN , HARGA,
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
AMANDA BROWNIES

(Studi Kasus Pada Amanda Brownies Cabang Mulyosari Surabaya)

Oleh

Shevia Carereslie
18116001

Dipertahankan di depan Penguji
Pada tanggal 18 Januari 2021

Ketua Tim Penguji

.....
(Dr. Maria Widyastuti, M.M)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



.....
(Dr. Thyophoida W.S.P, M.M)

Ketua Program Studi



.....
(Lilik Indrawati, S.E., M.M)

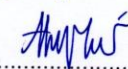


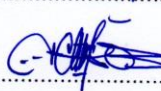
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, HARGA
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
AMANDA BROWNIES
(Studi Kasus Pada Amanda Brownies Cabang Mulyosari Surabaya)

Oleh
Shevia Carereslie
18116001

Telah Diuji dan Dipertahankan Dihadapan
Tim Penguji Skripsi
Pada Hari Senin, Tanggal 18 Bulan Januari Tahun 2021

Ketua : Dr. Maria Widyastuti, M.M. 

Anggota : 1. Dr. Thyophoida W.S.P, M.M. 

2. Citra Anggraini T, S.E., M.M. 



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Shevia Carereslie

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Manajemen

Alamat Asli : Jalan Angke Indah II / 48 Jakarta

No Identitas (KTP) : 3172054610950002

Adalah merupakan hasil karya saya sendiri yang belum pernah dipublikasikan baik secara keseluruhan maupun sebagian dalam bentuk jurnal , working paper atau bentuk lain yang dipublikasikan secara umum. Skripsi (Tugas Akhir) ini sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah saya memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya termasuk pencabutan gelar kesarjanaaan.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggungjawab dan integritas.

Surabaya, 18 Januari 2021

Hormat Saya,



Shevia Carereslie

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan karunianya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Amanda Brownies (Studi kasus pada Amanda Brownies Cabang Mulyosari Surabaya)”** dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk meraih derajat sarjana ekonomi (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.

Peneliti juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada pihak-pihak yang membantu dalam penyusunan skripsi ini dalam mengatasi kendala-kendala yang ada selama penelitian, diantaranya kepada :

1. Dr. Yustinus Budi Hermanto, M.M selaku Rektor Universitas Darma Cendika Surabaya,
2. Thyophoida W.S.P.S.E.,M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi
3. Lilik Indrawati, S.E., M..M selaku Ketua Program Studi (Kaprodi) Manajemen dan sebagai dosen wali yang telah memberikan banyak arahan serta perhatian selama masa perkuliahan di Universitas Katolik Darma Cendika,
4. Citra Anggraini T ,S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membantu penulis menyelesaikan skripsi serta mendampingi proses pembuatan skripsi dari awal hingga akhir,
5. Bapak Sulaiman selaku manager Amanda Brownies Cabang Mulyosari Surabaya yang telah mengizinkan peneliti untuk melakukan penelitian untuk menyusun skripsi,
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi yang telah membantu dalam memberikan ilmu yang berguna dalam penyusunan skripsi peneliti,
7. Keluarga peneliti yang telah mendampingi, memberikan semangat dan dukungan kepada peneliti,

8. Fandy Jhony, Michael Wijaya, Cicilia Fenmyanti K, Selly Owena yang telah memberikan semangat, saran dan dukungan kepada peneliti dalam penyusunan skripsi,
9. Leonardo Agustinus, Kathleen, Adrian, Amanda, Hillary, Lanny, Maria yang telah membantu dan menyemangati peneliti untuk menyelesaikan skripsi,
10. Teman-teman angkatan 2017 yang telah menemani hari-hari penulis sebagai mahasiswa transferan selama 2 (dua) tahun perkuliahan,
11. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan, semangat serta doa dalam menyelesaikan perkuliahan untuk mendapatkan gelar sarjana.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan baik isi maupun susunannya. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat tidak hanya bagi penulis melainkan juga pembaca. Atas perhatiannya peneliti mengucapkan terima kasih.

Surabaya, 18 Januari 2021



Daftar Isi

Kata Pengantar	i
Daftar Isi	iii
Daftar Tabel	vii
Daftar Gambar.....	viii
Abstrak.....	ix
Bab I Pendahuluan	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
Bab II Tinjauan Pustaka	
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Kualitas Produk.....	9
2.1.1.1 Pengertian Kualitas Produk	9
2.1.1.2 Elemen Dimensi Kualitas Produk	10
2.1.1.3 Indikator Kualitas Produk.....	12
2.1.2 Kualitas Pelayanan	13
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	13
2.1.2.2 Karakteristik Kualitas Pelayanan	14
2.1.2.3 Indikator Kualitas Pelayanan	14
2.1.3 Harga	15
2.1.3.1 Pengertian Harga	15
2.1.3.2 Strategi Penetapan Harga.....	16
2.1.3.3 Tujuan Penetapan Harga	17
2.1.3.4 Indikator Harga.....	18



2.1.4 Citra Merek	18
2.1.4.1 Pengertian Citra Merek.....	18
2.1.4.2 Tujuan Memberikan Citra Merek.....	19
2.1.4.3 Strategi Citra Merek.....	19
2.1.4.4 Indikator Citra Merek.....	20
2.1.5 Keputusan Pembelian	20
2.1.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	20
2.1.5.2 Tingkatan Dalam Keputusan Pembelian	21
2.1.5.3 Indikator Keputusan Pembelian	22
2.2 Pengaruh Antar Variabel	22
2.2.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	22
2.2.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	23
2.2.3 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	23
2.2.4 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	23
2.3 Penelitian Terdahulu	24
2.3.1 PenelitianTerdahulu 1.....	24
2.3.2 PenelitianTerdahulu 2	25
2.3.3 PenelitianTerdahulu 3	26
2.3.4 PenelitianTerdahulu 4	27
2.4 Rerangka Pemikiran.....	28
2.5 Kerangka Konseptual	29
2.6 Hipotesis Penelitian.....	29
Bab III Metode Penelitian	31
3.1 Obyek Penelitian.....	31
3.2 Pendekatan Penelitian dan Sumber Data.....	31
3.2.1 Pendekatan Penelitian.....	31
3.2.2 Sumber Data.....	31
3.2.2.1 Data Primer	32



3.2.2.2 Data Sekunder	32
3.3 Variabel Penelitian	32
3.3.1 Variabel Bebas	33
3.3.2 Variabel Terikat	33
3.4 Definisi Operasional Variabel	33
3.4.1 Kualitas Produk (X1).....	34
3.4.2 Kualitas Pelayanan (X2)	34
3.4.3 Harga (X3)	35
3.4.4 Citra Merek (X4).....	35
3.4.5 Keputusan Pembelian (Y)	36
3.5 Populasi dan Sampel	36
3.5.1 Populasi	36
3.5.2 Sampel	37
3.6 Metode dan Teknik Analisis Data.....	38
3.6.1 Uji Validitas	39
3.6.2 Uji Reliabilitas	39
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	39
3.6.3.1 Uji Normalitas.....	39
3.6.3.2 Uji Multikolinearitas	40
3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas	42
3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	42
3.6.5 Koefisien Determinasi (R^2).....	43
3.6.6 Uji t.....	44

Bab IV Hasil Penelitian

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	46
4.1.1 Sejarah Singkat Amanda Brownies.....	46
4.1.2 Visi dan Misi Amanda Brownies	47
4.1.3 Struktur Organisasi.....	48



4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	49
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan	51
4.3 Deskripsi Jawaban Responden	52
4.3.1 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk (X1)	53
4.3.2 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan (X2)	54
4.3.3 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga (X3).....	55
4.3.4 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek (X4)	56
4.4 Pembahasan dan Analisis Data	57
4.4.1 Pengujian Validitas.....	57
4.4.2 Pengujian Reliabilitas	60
4.4.3 Uji Asumsi Klasik	61
4.4.3.1 Uji Normalitas	61
4.4.3.2 Uji Multikolinieritas	62
4.4.3.3 Uji Heterokedastisitas	63
4.4.4 Regresi Linear Berganda	64
4.4.5 Uji Koefisien Determinasi	65
4.4.6 Uji t.....	67

Bab V Penutup

5.1 Simpulan.....	71
5.2 Saran	73

Daftar Pustaka

Lampiran



Daftar Tabel

Tabel 1.1 Data Kuantitas Penjualan Amanda Brownies	3
Tabel 1.2 Daftar Harga Produk Amanda Brownies	4
Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu 1	24
Tabel 2.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu 2	25
Tabel 2.3 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu 3	26
Tabel 2.4 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu 4	27
Tabel 3.1 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi.....	44
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan	51
Tabel 4.5 Deskripsi Tanggapan Terhadap Kualitas Produk (X1)	53
Tabel 4.6 Deskripsi Tanggapan Terhadap Kualitas Pelayanan (X2).....	54
Tabel 4.7 Deskripsi Tanggapan Terhadap Harga (X3)	55
Tabel 4.8 Deskripsi Tanggapan Terhadap Citra Merek (X4).....	56
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1).....	58
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2)	58
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X3)	59
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (X4)	59
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	59
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas	60
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinieritas	62
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas	63
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	64
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi	66
Tabel 4.19 Hasil Uji t	67

Daftar Gambar

Gambar 1.1 Persentase Top Brand Award	2
Gambar 2.1 Rerangka Pemikiran.....	28
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	29
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Amanda Brownies Cab. Mulyosari.....	48
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Semua Variabel	56
Gambar 4.3 Kurva Distribusi Uji t Variabel Kualitas Produk (X1)	67
Gambar 4.4 Kurva Distribusi Uji t Variabel Kualitas Pelayanan (X2).....	68
Gambar 4.5 Kurva Distribusi Uji t Variabel Harga (X3).....	69
Gambar 4.6 Kurva Distribusi Uji t Variabel Citra Merek (X4)	70



ABSTRAK

Perkembangan dunia bisnis *bakery* di Indonesia sudah sangat meluas dan meningkat. Berbagai jenis kue dan roti sudah menjadi makanan favorite dikalangan semua usia, salah satunya adalah kue cokelat atau brownies. Amanda Brownies merupakan *brand* yang juga telah memproduksi dan menjual berbagai varian brownies. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian Amanda Brownies. Metode pengambilan sampelnya adalah *purposive sampling* dengan menggunakan kuesioner dan disebarkan kepada 100 responden yang merupakan konsumen Amanda Brownies Cabang Mulyosari Surabaya dengan ketentuan pernah melakukan pembelian minimal 1 (satu) kali dan berusia diatas 17 tahun

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan SPSS versi 20.0 dapat dikatakan semua item pernyataan yang dihasilkan valid dan semua variabel dinyatakan reliabel. Pada Uji t didapatkan hasil penelitian variabel Kualitas Produk (X1) = $t_{hitung} 3.369 > t_{tabel} 1.985$ dengan tingkat signifikan $0.001 < 0.05$ artinya Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, variabel Kualitas Pelayanan (X2) = $t_{hitung} 0.732 < t_{tabel} 1.985$ dengan tingkat signifikan $0.466 > 0.05$ yang artinya Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, variabel Harga (X3) = $t_{hitung} 4.173 > t_{tabel} 1.985$ dengan tingkat signifikan $0.000 < 0.050$ yang artinya Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, variabel Citra Merek (X4) = $t_{hitung} 1.309 < t_{tabel} 1.985$ dengan tingkat signifikan $0.194 > 0.05$ yang artinya Citra Merek tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Peneliti dapat menyimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Citra Merek tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Amanda Brownies, sedangkan variabel Kualitas Produk dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Amanda Brownies.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Citra Merek, Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

The development of the bakery business world in Indonesia has expanded and increased. Various types of cakes and breads have become favorite foods among all ages, one of which is chocolate cake or brownies. Amanda Brownies is a brand that produces and sells various brownies. The purpose of this study was to determine the effect of product quality, service quality, price and brand image on purchasing decisions of Amanda Brownies. The sampling method is purposive sampling using a questionnaire and distributed to 100 respondents who are consumers of Amanda Brownies Mulyosari Surabaya Branch with the provisions to make purchases at least 1 (one) time and aged over 17 years.

Based on the results of data processing with SPSS version 20.0, it can be said that all the resulting statement items are valid and all variables are declared reliable. In the t test, the research results obtained by the variable Product Quality (X_1) = t count 3.369 > t table 1.985 with a significant level of $0.001 < 0.05$ means that product quality has a significant effect on purchasing decisions, the variable service quality (X_2) = t count 0.732 < t table 1.985 with a significant level $0.466 > 0.05$, which means that service quality has no significant effect on purchasing decisions, variable price (X_3) = tcount 4.173 > t table 1.985 with a significant level of $0.000 < 0.050$, which means that price has a significant effect on purchasing decisions, variable brand image (X_4) = tcount 1.309 < t table 1985 with a significant level of $0.194 > 0.05$, which means that brand image has no significant effect on purchasing decisions. Researchers can conclude that the variables Service Quality and Brand Image have no effect on Amanda Brownies Purchase Decisions, while the Product Quality and Price variables have a significant effect on Amanda Brownies Purchasing Decisions.

Keywords: *Product Quality, Service Quality, Price, Brand Image, Purchase Decision.*