

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, PROMOSI DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SARI ROTI DI
SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Manajemen



Oleh :

**SAHARA WAHYU SANTOSO
NIM : 2013210535**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2018**

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, PROMOSI DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SARI ROTI DI
SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Manajemen



Oleh :

SAHARA WAHYU SANTOSO
NIM : 2013210535

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2018**

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, PROMOSI DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SARI ROTI DI
SURABAYA**

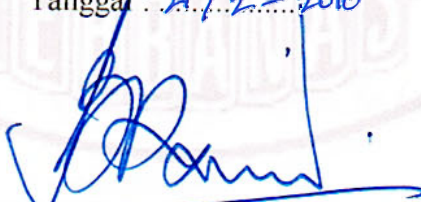
Diajukan oleh :

SAHARA WAHYU SANTOSO

2013210535

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,
Tanggal : 21/2/2018



(Dr. Basuki Rachmat, SE., MM)

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, PROMOSI DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SARI ROTI DI
SURABAYA**

Disusun oleh :

SAHARA WAHYU SANTOSO

2013210535

Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal 26 Februari 2018

Tim Penguji

Ketua : Prof. Dr. Dra. TATIK SURYANI, Psi. M.M

Sekretaris : Dr. BASUKI RACHMAT, SE., MM

Anggota : Dr. Dra. TJAHJANI PRAWITOWATI, MM, Psikolog



PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Sahara Wahyu Santoso
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 24 Juli 1995
N.I.M : 2013210535
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Citra Merek, Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sari Roti Di Surabaya.

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Sarjana Manajemen,


Dosen Pembimbing,

Tanggal : 21 Feb 2018

Tanggal : 21/2-2018



(Dr. MUAZAROH, S.E, M.T)



(Dr. BASUKI RACHMAT, SE.,MM)



MOTTO

Jangan Takut Menghadapi Masa Depan,

Hadapi,

Dan Perjuangkanlah...

PERSEMBAHAN

Terima kasih atas semua dukungan, bimbingan dan doa dari orang-orang yang ada disekitar saya, karena saya dapat menyelesaikan skripsi tepat pada waktunya. Banyak cerita suka dan duka di balik proses penyelesaian skripsi ini, untuk itu saya ingin mengucapkan terima kasih melalui persembahan karya tulis ini yang saya persembahkan kepada :

1. Allah SWT, atas berkat dan rahmatNya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi saya tepat waktu karena saya hanya bisa berusaha tetapi yang menentukan hanya Allah SWT.
2. Keluarga saya ; Terima kasih atas dukungannya di saat saya kesusahan mengerjakan skripsi, mereka yang memberi saya semangat bahwa saya mampu menyelesaikan dan saya pasti bisa. Karena skripsi ini memang saya persembahkan untuk mereka semua.
3. Dosen pembimbing saya Bapak Basuki, terima kasih atas waktu yang telah diluangkan dan kemudahan yang diberikan. Semoga Bapak selalu diberikan perlindungan, panjang umur dan sukses selalu.
4. Dosen wali saya Ibu Muazaroh dan seluruh dosen beserta civitas STIE Perbanas Surabaya. Terima kasih atas bimbingan dan ilmu yang telah diberikan.
5. Angkatan 2013 yang tidak mungkin namanya saya tulis satu per satu. Tapi kalian semua tak terpisahkan dari cerita selama saya kuliah di Perbanas ini.

Ucapan terima kasih yang singkat ini mungkin tetap tidak bisa mewakili rasa terima kasih yang ingin saya ucapkan. Saya berharap semoga kita semua kelak mendapat kebahagiaan di masa yang akan datang dan sukses menggapai keinginan serta mimpi kita masing-masing. Amin amin amin ya robbal alamin 😊😊😊



KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas RahmatNya penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sari Roti Di Surabaya”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Studi Strata Satu Jurusan Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya. dalam penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, dukungan, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini, dengan ketulusan hati dan rasa hormat, penyusun ingin mengungkapkan ucapan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang selalu memberikan rahmat, nikmat, dan taufik sehingga penyusun bisa menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
2. Kedua orang tua penyusun yang selalu sabar dan memberikan dukungan serta doa yang selalu diberikan kepada penyusun.
3. Bapak Dr. Basuki Rachmat, SE.,MM selaku dosen pembimbing yang berperan banyak atas selesainya penulisan skripsi ini karena banyak meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan bimbingan.
4. Ibu Dr. Muazaroh, SE., MT selaku dosen wali yang telah banyak membantu dan membimbing penyusun selama menempuh studi di STIE PERBANAS Surabaya.
5. Bapak Lutfi S.E.,M.Fin selaku Ketua STIE PERBANAS Surabaya.
6. Ibu Dr. Muazaroh, S.E., M.T. selaku Ketua Program Sarjana Manajemen STIE PERBANAS Surabaya.

7. Bapak dan Ibu Dosen STIE PERBANAS Surabaya yang telah memberikan ilmu dan mendidik penyusun selama menempuh studi di STIE PERBANAS Surabaya.
8. Seluruh Civitas Akademika STIE PERBANAS Surabaya.

Penyusun menyadari akan adanya kelemahan dan kekurangan dalam skripsi ini, maka dengan rendah hati penyusun mengharapkan adanya kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun demi terciptanya skripsi yang baik.



Surabaya, 26 Februari 2018

Sahara Wahyu Santoso

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO & PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRACT	xvi
ABSTRAK	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.1.1 Junio Andreti, Nabila H Zhafira, Sheila S Akmal, dan Suresh Kumar (2013)	9
2.1.2 Owusu Alfred (2013).....	11
2.1.3 Onigbinde Isaac Oladepo, odunlami Samuel Abimbola (2015).....	13
2.2 Landasan Teori	18
2.2.1 Citra Merek	18
2.2.2 Harga	19
2.2.3 Promosi	22
2.2.4 Kualitas Produk	23
2.2.5 Keputusan Pembelian	24
2.2.6 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	26
2.2.7 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	27
2.2.8 Pengaruh Promosi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian	28
2.2.9 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	29
2.3 Kerangka Penelitian	30
2.4 Hipotesis Penelitian	30

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Rancangan Penelitian	32
3.2	Batasan Penelitian	33
3.3	Identifikasi Variabel	33
3.4	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	33
3.4.1	Definisi operasional variabel.....	33
3.4.2	Pengukuran variabel.....	36
3.5	Instrumen Penelitian	37
3.6	Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	39
3.6.1	Populasi	39
3.6.2	Sampel	39
3.6.3	Teknik Pengambilan Sampel	40
3.7	Data dan Metode Pengumpulan Data	41
3.7.1	Jenis Data	41
3.7.2	Metode Pengumpulan Data	41
3.8	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	41
3.8.1	Uji Validitas	42
3.8.2	Uji Reliabilitas.....	42
3.9	Teknik Analisis Data	42
3.9.1	Analisis deskriptif	43
3.9.2	Analisis Statistik	43
3.9.3	Analisis Regresi Linier Berganda	45

BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS

4.1	Gambaran Subyek Penelitian.....	48
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..	49
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	50
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Akhir	51
4.2	Analisis Data	52
4.2.1	Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas Sampel Kecil.....	52
4.2.2	Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas Sampel Besar	55
4.2.3	Analisis Deskriptif	59
4.2.4	Uji Asumsi Klasik.....	66
4.2.5	Regresi Linier Berganda	69
4.2.6	Uji Signifikansi Individual (Uji Statistik T).....	72
4.2.7	Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	74
4.2.8	Koefisien Determinasi Berganda (R^2)	75
4.3	Pembahasan	76
4.3.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	76
4.3.2	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	76
4.3.3	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	77

4.3.4 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	78
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Keterbatasan Penelitian	79
5.3 Saran.....	80
DAFTAR RUJUKAN	
LAMPIRAN	

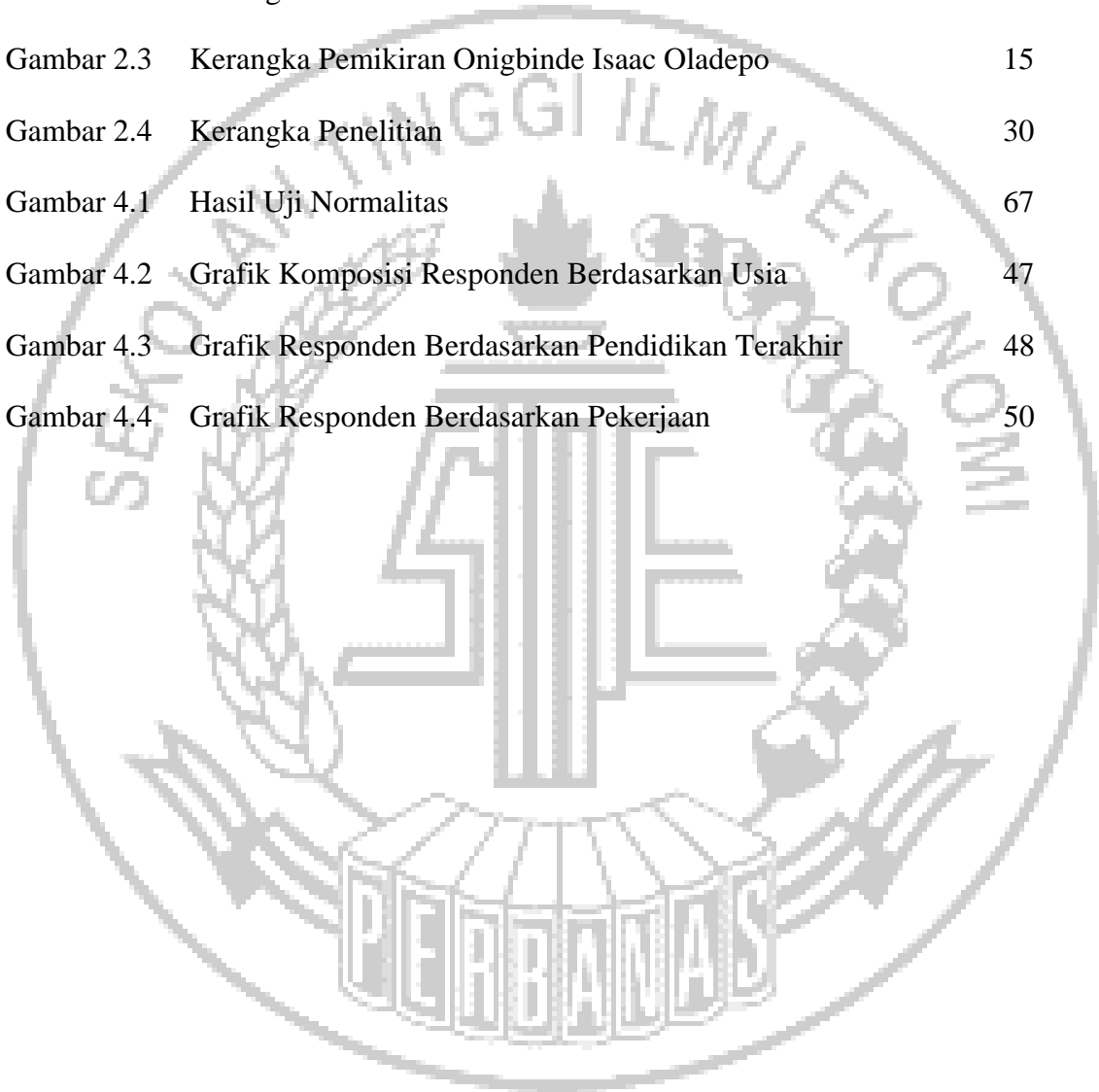


DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1	Survey Top Brand Index Tahun 2015 3
Tabel 1.2	Survey Top Brand Index Tahun 3
Tabel 2.1	Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Sekarang 16
Tabel 3.1	Pengukuran Skala Likert 37
Tabel 4.2	Kisi-Kisi Kuesioner 38
Tabel 4.1	Proporsi Penyebaran Kuesioner 48
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 49
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 50
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Status..... 51
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan akhir 51
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapata 52
Tabel 4.7	Hasil Pengujian Validitas Sampel Kecil..... 53
Tabel 4.8	Hasil Pengujian Reliabilitas Sampel Kecil..... 55
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Sampel Besar 56
Tabel 4.10	Hasil Uji Realiabilitas Sampel Besar 58
Tabel 4.11	Interval Kelas 60
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek 60
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga 62
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi 65
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk.... 64
Tabel 4.16	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian 65
Tabel 4.17	Uji Multikolinearitas Variabel 68
Tabel 4.18	Hasil Uji Autokorelasi 69
Tabel 4.19	Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda 70
Tabel 4.20	Hasil Analisis Uji T 73
Tabel 4.21	Hasil Analisis Uji F 74
Tabel 4.22	Koefisien Determinasi Berganda..... 75

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Andreti et.al	8
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Owusu Alfred	11
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran Onigbinde Isaac Oladepo	15
Gambar 2.4 Kerangka Penelitian	30
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	67
Gambar 4.2 Grafik Komposisi Responden Berdasarkan Usia	47
Gambar 4.3 Grafik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	48
Gambar 4.4 Grafik Responden Berdasarkan Pekerjaan	50



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 : Data Responden

Lampiran 3 : Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Sampel Kecil

Lampiran 4 : Data Responden Sampel Besar

Lampiran 5 : Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Sampel Besar

Lampiran 6 : Tabulasi Data Sampel Besar

Lampiran 7 : Hasil Uji Reliabilitas Penelitian

Lampiran 8 : Hasil Uji Asumsi Klasik

Lampiran 9 : Hasil Uji Regresi Linier Berganda



THE EFFECT OF BRAND IMAGE, PRICE, PROMOTION AND QUALITY OF PRODUCTS ON DECISION PURCHASE OF SARI ROTI IN SURABAYA

SAHARA WAHYU SANTOSO
STIE Perbanas Surabaya
Email : sahara_wahyu@yahoo.com

Abstract

ABSTRACT This study aims to analyze (1) the influence of brand image on buying decision of Sari Roti in Surabaya, (2) Price influence to decision of Sari Roti purchase in Surabaya, (3) influence of promotion to decision of Sari Roti purchase in Surabaya, (4) product quality to purchase decision of Sari Roti in Surabaya. The research type is descriptive research. The number of samples in the study were 82 people. Sampling technique used is Judgment Sampling. Technique of data analysis in research by using multiple regression analysis by using program SPSS version 16.00. The results of this study show (1) there is a significant influence between brand image variables on buying decision Sari Roti in Surabaya. (2) there is significant influence between price variable to decision of purchasing Sari Roti in Surabaya. (3) there is significant influence between promotion variable to decision of buying of Sari Roti in Surabaya (4) there is significant influence between product quality variable to decision of purchasing Sari Roti in Surabaya.

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

PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SARI ROTI

SAHARA WAHYU SANTOSO
STIE Perbanas Surabaya
Email : sahara_wahyu@yahoo.com

Abstrak

ABSTRAK Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis (1) Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian Sari Roti di Surabaya, (2) Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Sari Roti di Surabaya, (3) Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian Sari Roti di Surabaya, (4) pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Sari Roti di Surabaya. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskriptif. Jumlah sampel dalam penelitian sebanyak 82 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Judgement Sampling. Teknik analisis data dalam penelitian dengan menggunakan analisis regresi berganda dengan menggunakan program SPSS versi 16.00. Hasil penelitian ini menunjukkan (1) terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel citra merek terhadap keputusan pembelian Sari Roti di Surabaya. (2) terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel harga terhadap keputusan pembelian Sari Roti di Surabaya. (3) terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel promosi terhadap keputusan pembelian Sari Roti di Surabaya. (4) terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian Sari Roti di Surabaya.

Kata kunci: Citra merek; Harga; Promosi; Kualitas Produk; Keputusan Pembelian