

**PENGARUH CITRA MEREK, PENGARUH LINGKUNGAN, DAN
PERIKLANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
BEBEK PALUPI DAN BEBEK SINJAY
DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Strata Satu
Jurusan Manajemen



Oleh :

AINAN FAJRIANING DIAR
NIM : 2012210473

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2016**

**PENGARUH CITRA MEREK, PENGARUH LINGKUNGAN, DAN
PERIKLANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
BEBEK PALUPI DAN BEBEK SINJAY
DI SURABAYA**

Diajukan oleh :

AINAN FAJRANING DIAR

NIM : 2012210473

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diuji

Dosen Pembimbing,

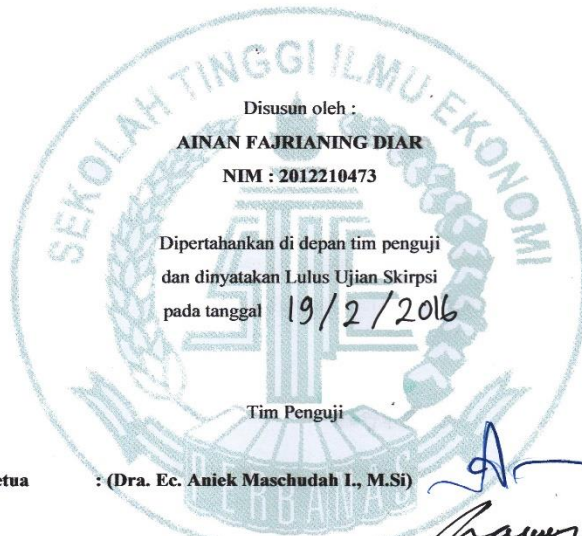
Tanggal : 2/2/2016



(Dra. Ec. Harry Widvanto, M.si)

SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK, PENGARUH LINGKUNGAN, DAN
PERIKLANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
BEBEK PALUPI DAN BEBEK SINJAY
DI SURABAYA



Disusun oleh :

AINAN FAJRIANING DIAR

NIM : 2012210473

Dipertahankan di depan tim penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal **19/2/2016**

Tim Penguji

Ketua : (Dra. Ec. Aniek Maschudah I., M.Si)

Sekretaris : (Drs. Ec. Harry Widyanoro, M.Si)

Anggota : (Dr. Ronny, S.Kom., M.Kom., MH)

Arith.
Harry Widyanoro
Ronny

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ainan Fajrianing Diar
Tempat, Tanggal Lahir : Sumenep, 17 April 1994
N.I.M : 2012210473
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata I
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Citra Merek, Pengaruh Lingkungan,
dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian
Bebek Palupi Dan Bebek Sinjay di Surabaya

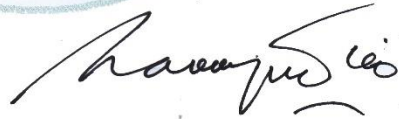
Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Sarjana Manajemen Dosen Pembimbing

Tanggal : 5/4/2016 Tanggal : 29/3/2016



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



(Drs. Ec. Harry Widiantoro, M.si)

MOTTO

KETIKA PERASAAN LELAH
DAN PUTUS ASA DATANG
DALAM MENGEJAR CITA-CITA
KITA MAKA TENGOKLAH
SESAAT KEBELAKANG UNTUK
MELIHAT PERJUANGAN YANG
TELAH KITA LALUI HINGGA
KITA SAMPAI DITITIK SAAT
INI

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk orang-orang yang sangat berarti dan berharga dalam hidup saya, yang telah mendukung dan membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang senantiasa memberikan anugerah yang berharga kepada saya berupa kekuatan, kesehatan, ilmu yang bermanfaat, kesabaran, kemudahan serta kelancaran sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini.

Terimakasih juga saya ucapkan kepada :

1. Kedua orang tua saya, mama dan papa yang senantiasa mendoakan anaknya, memberikan dukungan dalam keadaan apapun, serta fasilitas hingga tersusunnya skripsi ini.
2. Untuk Mas Onny Diar Laksono, S.AB dan Mbak Martha Vanuaning Diar, S.T terimakasih atas doa dan dukungannya hingga tersusunnya skripsi ini.
3. Bapak Harry Widyanoro selaku dosen pembimbing saya, terimakasih telah membantu, mengarahkan serta memberikan ilmu yang sangat bermanfaat hingga tersusunlah skripsi ini dengan baik.

4. Untuk yang tersayang, Muhammad Hariz Kurnia Ramdhani terimakasih atas doanya, dukungannya, bantuannya, serta kesetiaannya dalam menemani saya hingga skripsi ini tersusun dengan baik.
5. Untuk bebeb-bebekku, Irfa Maisita Ranty, S.E dan Fifi Assifatur Rochmah, S.E, terimakasih atas kerjasama dan bantuannya sampai akhirnya kita menyelesaikan skripsi ini bersama dan wisuda bersama, yeyy.. Buat Dini Putri Imansari semangat yaa dan cepet nyusul kita yaa.
6. Buat seluruh dosen dan civitas akademika STIE PERBANAS SURABAYA terimakasih atas ilmu bermanfaat yang telah diberikan kepada saya hingga terselesaikan skripsi ini.
7. Dan buat teman-teman kampus tercinta STIE PERBANAS SURABAYA yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu terimakasih atas doa dan bantuanyannya selama ini.
8. Buat laptop saya terimakasih sudah membantu memperlancar penyusunan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami haturkan kehadirat Allah SWT yang telah memberi taufiq dan hidayahnya sehingga Skripsi ini dapat disusun. Bagi penulis, penyusunan skripsi ini adalah bentuk tanggung jawab sebagai mahasiswa STIE Perbanas Surabaya yang menempuh mata kuliah Skripsi.

Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Dr. Lutfi S.E, M.Fin selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
2. Dr. Muazaroh, S.E, MT selaku Kepala Program Studi Strata Satu Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
3. Drs. Ec. Harry Widyantoro, M.si selaku Dosen Pembimbing yang telah tulus, sabar, dan ikhlas meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada penulis selama menyusun skripsi.
4. Emma Julianti, S.E M.M selaku dosen wali.

Tak lupa penulis juga mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan, bagi penulis khususnya dan bagi segenap pembaca. Penulis menyadari skripsi ini jauh dari sempurna, akan tetapi penulis telah berusaha semaksimal mungkin agar skripsi ini dapat memenuhi ketentuan yang telah ditetapkan.

Oleh karena itu penulis mengharapkan adanya saran dan kritik demi tercapainya kesempurnaan dalam penyusunan skripsi ini.

Surabaya, Januari 2016

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI.....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
ABSTRACT.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistem Penulisan Proposal.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori.....	13
2.2.1 Citra Merek.....	13
2.2.2 Pengaruh Lingkungan.....	15
2.2.3 Periklanan.....	17
2.2.4 Keputusan Pembelian.....	19
2.2.5 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	22
2.2.6 Pengaruh Pengaruh Lingkungan Terhadap Keputusan Pembelian.....	23
2.2.7 Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	24
2.3 Kerangka Pemikiran.....	24
2.4 Hipotesis.....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Rancangan Penelitian.....	26
3.2 Batasan Penelitian.....	26
3.3 Identifikasi Variabel.....	26
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	27
3.4.1 Variabel Bebas X.....	28
3.4.2 Variabel Terikat Y adalah Keputusan Pembelian.....	30
3.4.3 Pengukuran Variabel.....	30
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	31
3.6 Instrumen Penelitian.....	33
3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data.....	35
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	35

3.9 Teknik Analisis Data	36
3.9.1 Analisis Deskriptif	36
3.9.2 Analisis Statistik	36
3.9.2.1 Uji Asumsi Klasik.....	37
3.9.2.2 Analisis Regresi	38
3.9.2.3 Uji Parsial (Uji T)	38
3.9.2.4 Uji Simultan (Uji F)	39
3.9.2.5 Koefisien Determinasi (R^2).....	40
3.9.2.6 Uji t Test Independen.....	41
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....	43
4.1 Gambaran Subyek Penelitian Responden	43
4.1.1 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	51
4.1.2 Karakteristik Responden Menurut Usia.....	51
4.2 Analisis Data.....	52
4.2.1 Analisis Deskriptif	52
4.2.1.1 Analisis Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek.....	53
4.2.1.2 Analisis Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pengaruh Lingkungan	56
4.2.1.3 Analisis Tanggapan Responden Terhadap Variabel Periklanan	58
4.2.1.4 Analisis Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	60
4.2.2 Uji Validitas	63
4.2.3 Uji Reliabilitas	68
4.2.4 Analisis Statistik	70
4.2.4.1 Asumsi Klasik.....	70
4.2.4.2 Regresi Linear Berganda.....	77
4.3 Pengujian Hipotesis	81
4.3.1 Uji Simultan (Uji F)	82
4.3.2 Uji Parsial (Uji T)	84
4.3.3 Uji Simultan (Uji F)	86
4.3.4 Uji Parsial (Uji T)	88
4.3.5 Uji T-test Independen.....	91
4.4 Pembahasan.....	92
4.4.1 Pengaruh Citra Merek, Pengaruh Lingkungan, dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Bebek Palupi di Surabaya	93
4.4.2 Pengaruh Pengaruh Lingkungan Terhadap Keputusan Pembelian Bebek Palupi di Surabaya	93
4.4.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Bebek Palupi di Surabaya	94
4.4.4 Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Bebek Palupi di Surabaya.....	95
4.4.5 Pengaruh Citra Merek, Pengaruh Lingkungan, dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Bebek Sinjay di Surabaya	96
4.4.6 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Bebek Sinjay di Surabaya	96

4.4.7 Pengaruh Pengaruh Lingkungan Terhadap Keputusan Pembelian Bebek Sinjay di Surabaya	97
4.4.8 Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Bebek Sinjay di Surabaya.....	98
4.4.9 Terdapat Perbedaan Keputusan Pembelian Antara Bebek Palupi dan Bebek Sinjay di Surabaya	99
BAB V PENUTUP	101
5.1 Kesimpulan	101
5.2 Keterbatasan.....	103
5.3 Saran	103
DAFTAR RUJUKAN	108



DAFTAR TABEL

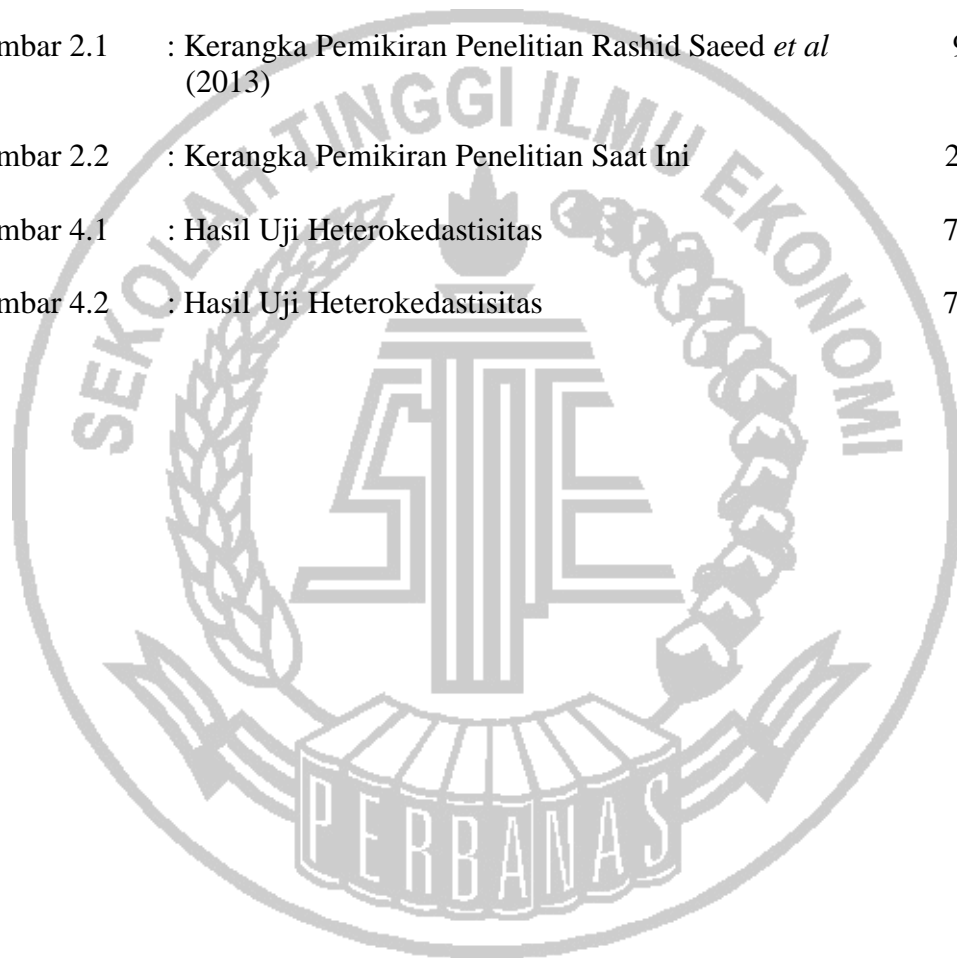
	Halaman
Tabel 1.1 : Penghargaan yang Berhasil di Raih 100	3
Tabel 1.2 : Data Penjualan Bebek Palupi dan Bebek Sinjay	4
Tabel 2.1 : Matrix Persamaan dan Perbedaan Peneliiian Terdahulu dan Penelitian Saat Ini	12
Tabel 3.1 : Matrix Kisi-Kisi Pernyataan	33
Tabel 4.1 : Hasil Pengujian Validitas Variabel Citra Merek	43
Tabel 4.2 : Hasil Pengujian Validitas Variabel Pengaruh Lingkungan	44
Tabel 4.3 : Hasil Pengujian Validitas Variabel Periklanan	45
Tabel 4.4 : Hasil Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian	45
Tabel 4.5 : Hasil Pengujian Reliabilitas Pada Variabel Penelitian	46
Tabel 4.6 : Hasil Pengujian Validitas Variabel Citra Merek	47
Tabel 4.7 : Hasil Pengujian Validitas Variabel Pengaruh Lingkungan	48
Tabel 4.8 : Hasil Pengujian Validitas Variabel Periklanan	48
Tabel 4.9 : Hasil Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian	49
Tabel 4.10 : Hasil Pengujian Reliabilitas Pada Variabel Penelitian	50
Tabel 4.11 : Karakteristik Responden Bebek Palupi Menurut Jenis Kelamin	51
Tabel 4.12 : Karakteristik Responden Bebek Palupi Menurut Usia	52

Tabel 4.13	: Interval Kelas Variabel	53
Tabel 4.14	: Hasil Tanggapan Responden Bebek Palupi Terhadap Variabel Citra Merek	54
Tabel 4.15	: Hasil Tanggapan Responden Bebek Sijay Terhadap Variabel Citra Merek	55
Tabel 4.16	: Hasil Tanggapan Responden Bebek Palupi Terhadap variabel Pengaruh Lingkungan	56
Tabel 4.17	: Hasil Tanggapan Responden Bebek Sinjay Terhadap Variabel Pengaruh Lingkungan	57
Tabel 4.18	: Hasil Tanggapan Responden Bebek Palupi Terhadap Variabel Periklanan	59
Tabel 4.19	: Hasil Tanggapan Responden Bebek Sinjay Terhadap Variabel Periklanan	60
Tabel 4.20	: Hasil Tanggapan Responden Bebek Palupi Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	61
Tabel 4.21	: Hasil Tanggapan Responden Bebek Sinjay Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	62
Tabel 4.22	: Hasil Pengujian Validitas Variabel Citra Merek	63
Tabel 4.23	: Hasil Pengujian Validitas Variabel Citra Merek	64
Tabel 4.24	: Hasil Pengujian Validitas Variabel Pengaruh Lingkungan	65
Tabel 4.25	: Hasil Pengujian Validitas Variabel Pengaruh Lingkungan	65
Tabel 4.26	: Hasil Pengujian Validitas Variabel Periklanan	66
Tabel 4.27	: Hasil Pengujian Validitas Variabel Periklanan	67
Tabel 4.28	: Hasil Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian	67
Tabel 4.29	: Hasil Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian	68

Tabel 4.30	: Hasil Pengujian Reliabilitas Pada Variabel Penelitian	69
Tabel 4.31	: Hasil Pengujian Reliabilitas Pada Variabel Penelitian	70
Tabel 4.32	: Hasil Uji Normalitas	71
Tabel 4.33	: Hasil Uji Normalitas	72
Tabel 4.34	: Hasil Uji Multikolinearitas	73
Tabel 4.35	: Hasil Uji Multikolinearitas	74
Tabel 4.36	: Hasil Uji Autokorelasi	76
Tabel 4.37	: Hasil Uji Autokorelasi	77
Tabel 4.38	: Hasil Perhitungan Persamaan Regresi	78
Tabel 4.39	: Hasil Perhitungan Persamaan Regresi	80
Tabel 4.40	: Hasil Analisis Simultan (Uji F)	82
Tabel 4.41	: Koefisien Determinasi Simultan	83
Tabel 4.42	: Ringkasan Hasil Uji T dan Koefisien Determinasi Parsial	84
Tabel 4.43	: Hasil Analisis Uji Simultan (Uji F)	87
Tabel 4.44	: Koefisien Determinasi Parsial	88
Tabel 4.45	: Ringkasan Hasil Uji T dan Koefisien Determinasi Parsial	89
Tabel 4.46	: Hasil Uji T Test	92

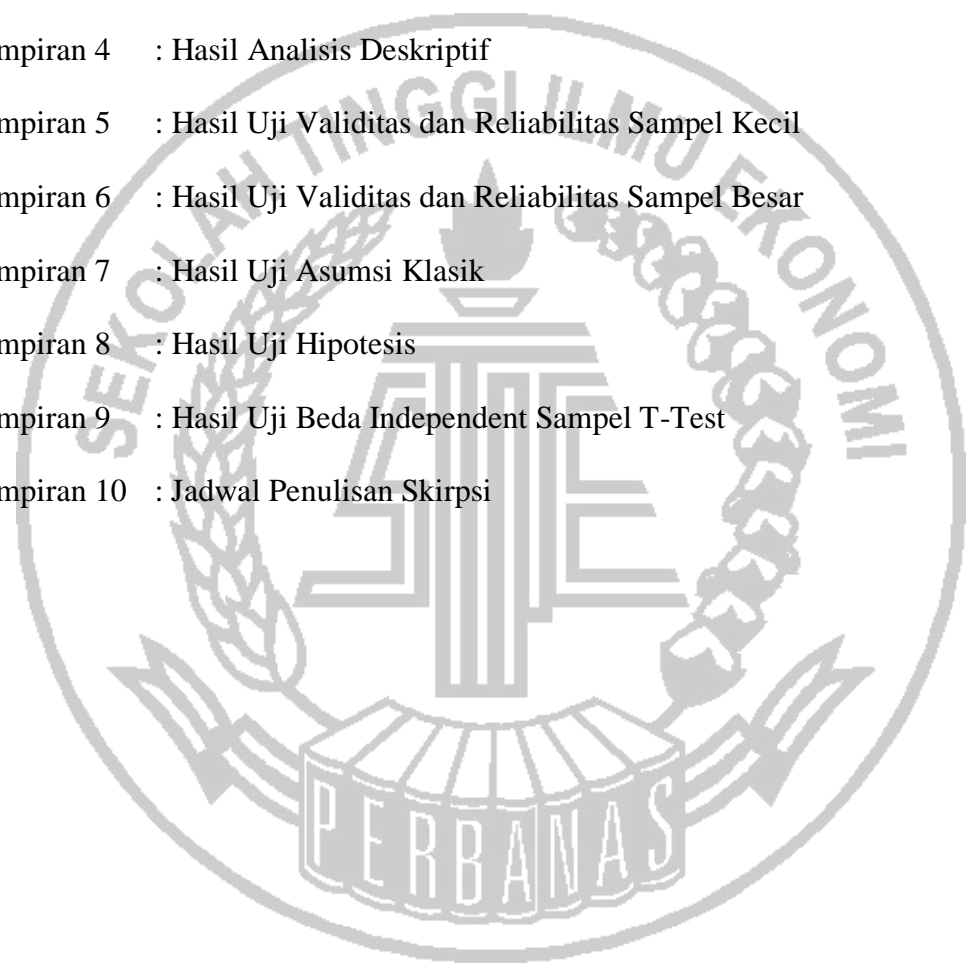
DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran Penelitian Rashid Saeed <i>et al</i> (2013)	9
Gambar 2.2 : Kerangka Pemikiran Penelitian Saat Ini	24
Gambar 4.1 : Hasil Uji Heterokedastisitas	75
Gambar 4.2 : Hasil Uji Heterokedastisitas	75



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Tabulasi Sampel Kecil dan Sampel Besar
- Lampiran 3 : Data Responden Sampel Kecil dan Sampel Besar
- Lampiran 4 : Hasil Analisis Deskriptif
- Lampiran 5 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Kecil
- Lampiran 6 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Besar
- Lampiran 7 : Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 8 : Hasil Uji Hipotesis
- Lampiran 9 : Hasil Uji Beda Independent Sampel T-Test
- Lampiran 10 : Jadwal Penulisan Skirpsi



**INFLUENCES ON BRAND IMAGE, ENVIRONMENTAL EFFECTS, AND
ADVERTISING ON PURCHASE DECISION BEBEK PALUPI AND
BEBEK SINJAY IN SURABAYA**

Ainan Fajrianing Diar

2012210473

2012210473@students.perbanas.ac.id

ABSTRACT

The study aims to determine how the influence of the brand image, environmental effects, and advertising on purchase decision Bebek Palupi and Bebek Sinjay in Surabaya and differentiation purchase decision between Bebek Palupi and Bebek Sinjay in Surabaya. The population used in this study is consumer who have tried Bebek Palupi and Bebek Sinjay in Surabaya. The sample in this study are 74 respondents and technique used are non-probability sampling with the approach at judgement sampling. The analytical method used were multiple linier regression analysis. Show result brand image don't have influences significantly, environmental effects have influences significantly, and advertising don't have influences significantly on purchase decision Bebek Palupi in Surabaya. Brand image have influences significantly, environmental effects have influences significantly, and advertising don't have influences significantly on purchase decision Bebek Sinjay in Surabaya. And don't have differentiation purchase decision between Bebek Palupi and Bebek Sinjay in Surabaya.

Keywords : Brand Image, Environmental Effects, Advertising, Purchase Decision