

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK DAN
KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA USAHA “MIE KOBA” DI
PANGKALPINANG**

SKRIPSI



Diajukan Oleh:

NAMA : FERDIAN

NIM : 3021011015

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagai Prasyarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG**

2015



UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Ferdian
Nim : 302 10 11 015
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian pada usaha "Mie Koba" di Pangkalpinang

Pembimbing Utama

Erwin, S.E., M.M., Ph.D.
NP.50650713

Pembimbing Pendamping

Dony Yanuar, S.E., MM
NP.107408040

Balunijuk, 11 September 2015

Ketua Jurusan Manajemen

Khairiyansyah, S.E., M.M.
NIP. 197903152012121005

PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL:

PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA USAHA MIE KOBIA DI PANGKALPINANG

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Nama : Ferdian

NIM : 3021011015

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 11 September 2015, dan telah dinyatakan memnuhi syarat untuk diterima.

Tim Penguji

Ketua

Anggota

Anggota

Erwin, S.E., M.M., Ph.D.
NP. 50650713

Khairiyansyah, S.E., M.M.
NIP. 197903152012121005

H. Sumar, S.E., M.M.
NIP. 506808015

Balunujuk, 11 September 2015

Universitas Bangka Belitung

Fakultas Ekonomi

Jurusan Manajemen

Dekan

Dr. Reniati, S.E., M.Si
NP. 507206007

Ketua Jurusan

Khairiyansyah, S.E., M.M.
NIP.197903152012121005

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Mie Koba di Pangkalpinang” ini, tidak terdapat karya sebelumnya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi dan apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku”.

Koba, 11 September 2015

METERAI
TEMPEL
TGL. 20
BEE0DADF324456764
6000
ENAM RIBURUPIAH

Penulis

Ferdian

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Semua orang hidup terikat dan bergantung pada pengetahuan atau persepsinya sendiri, itu disebut kenyataan. Tetapi pengetahuan atau persepsi itu sesuatu yang samar. Bisa saja kenyataan itu hanya ilusi, semua orang hidup dalam asumsi"

(Uchiha Itachi)

"Tidak ada kata 'Tidak Bisa!', yang ada hanyalah 'Tadi Tidak bisa!'"

(Masaru Konjo)

Sepintar dan sejenius apapun dirimu, bila perasaan egois itu telah muncul, maka pemikiran pun tidak akan dapat berjalan.

(Shikamaru)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan:

- 1. Kepada Allah SWT yang telah menciptakan segala yang ada di langit dan di bumi, atas ridhaNya yang memberikan kemudahan dalam hidup ini melewati Al Furqan (Al Qur'an).*
- 2. Ibu dan Ayah Ku tercinta yang selalu memberi kasih sayang yang tulus, selalu memotivasi, mendo`akan dan memberi moril maupun materil.*
- 3. Kakak dan adik-adikku yang tercinta dan tersayang yang selalu menjadi motivasi dalam hidupku.*
- 4. Teman-temanku yang telah mendo`akan dan memberi bantuan serta dorongan.*

5. *Dosen UBB Fakultas Ekonomi yang telah memberikan Pengetahuan dan Ilmunya*
6. *Almamaterku tercinta Universitas Bangka Belitung.*



ABSTRACT

Ferdian, 302 10 11 015. *The Effect of Brand Image, Product Quality, and Service Quality Purchasing Decisions in Mie Koba Restaurant in Pangkalpinang, Bangka.*

This study aims to determine the effect of brand image, product quality and service quality on purchase decisions in business in Mie Koba Restaurant in Pangkalpinang, Bangka. In this study, the independent variables consist of brand image, product quality and service quality, while the dependent variable is purchase decision.

This is a quantitative research where samples used are 100 consumers who purchase the product of Mie Koba in Pangkalpinang, determined using accidental sampling method. The data used is primary data collected through questionnaires. The data analysis model used is multiple regression analysis. Validity and reliability tests are used to test the quality of the data.

The results show that the variables brand image, product quality and service quality significantly influence purchasing decisions. The F test result showed that F Count (77.404) > F table (2.70) with the number of probability significance of 0.000 > alpha at the level of 5% or 0.05. Therefore, H_a is accepted and H_o is rejected. The coefficient of determination (R Square) is of 0.708 or 70,8%, thus the simultaneous effect of variabel X on Variable Y is of 70.8%. From the t test, it is found that for variable X_1 , the t_{value} (2.034) > t_{table} (1.984); for variable X_2 , t_{value} (6.978) > t_{table} (1.984); for variable X_3 , t_{value} (14.028) > t_{table} (1.984). Therefore, it can be said that these three variables positively affect variable Y.

Keywords: Brand image, Product Quality, and Services Quality, Purchase Decision

ABSTRAK

Ferdian, 302 10 11 015. Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian pada usaha Mie Koba di Pangkalpinang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand image*, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada usaha Mie Koba di Pangkalpinang. Pada penelitian inivariabel bebasnya terdiri dari *brand image*, kualitas produk, dan kualitas layanan. Sedangkan variabel terikatnya keputusan pembelian.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dimana sampel yang digunakan adalah sebagian konsumen yang membeli produk pada usaha Mie Koba di pangkalpinang yang berjumlah 100 orang dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling*. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Model analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Pengujian kualitas data yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *brand image*, kualitas produk, dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Seperti dari hasil perhitungan uji F bahwa F hitung (77,404) > F tabel (2,70) dengan angka probabilitas signifikansi sebesar 0,000 > dari alpha pada taraf 5% atau 0,05. Sehingga H_a diterima dan H_o ditolak. Sedangkan koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,708 atau 70,8%, maka pengaruh variabel X secara serentak terhadap variabel Y sebesar 70,8%. Sedangkan uji t diketahui variabel X_1 dengan t hitung (2,034) > t tabel (1,984), variabel X_2 dengan t hitung (6,987) > t tabel (1,984), variabel X_3 dengan t hitung (14,028) > t tabel (1,984), maka dapat dikatakan ketiga variabel ini berpengaruh positif terhadap variabel Y.

Kata Kunci : *Brand image*, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan rasa puji dan syukur kehadirat Allah SWT, karena atas segala rahmat dan karunia-Nya jualah akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini, untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Bangka Belitung.

Skripsi ini berjudul “Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian pada usaha Mie Koba di Pangkalpinang”, dengan menyadari segala keterbatasan atas kemampuan dan ilmu pengetahuan yang penulis miliki, maka dalam penyusunan skripsi ini juga tidak terlepas dari kekurangan-kekurangan, baik itu dalam isi/ materi atau susunan kalimat, untuk itu penulis mohon dimaklumi atas kekurangan-kekurangan tersebut, serta segala saran dan kritik maupun masukan lainnya dari semua pihak akan penulis terima dengan senang hati demi perbaikan skripsi ini kearah yang lebih sempurna.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih serta penghargaan yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu serta membimbing penulis, sehingga penyusunan skripsi ini tepat waktu, yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. Bustami Rahman, M.Sc., selaku Rektor Universitas Bangka Belitung.
2. Ibu Dr. Reniati, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.
3. Bapak Khairiyansyah, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung

4. Erwin, S.E., M.M., Ph.D, selaku dosen Pembimbing I yang telah berkenan menyediakan waktu untuk membimbing dan mengarahkan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Dony Yanuar, S.E.,MM selaku dosen Pembimbing II yang telah berkenan menyediakan waktu untuk membimbing dan mengarahkan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan staf akademik pada FE UBB khususnya jurusan Manajemen yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat berharga bagi penulis.
7. Keluarga tersayang dan tercinta, orang tua terutama kedua orang tuaku, kakak dan adik-adikku yang telah memberikan motivasi dan doanya
8. Semua Pihak yang ada di warung Mie Koba cabang Pangkalpinang yang telah memberikan data serta informasi mengenai penelitian ini.
9. Sahabat-sahabat atau teman-teman terbaikku yang sudah memberikan masukan dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini.

Akhir kata penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan dapat menambah khasanah pengetahuan kita dan semoga Universitas Bangka Belitung ini dapat tumbuh dan berkembang sesuai dengan perkembangan dan kemajuan ilmu pengetahuan sehingga dapat membangun peradaban bagi Provinsi Bangka Belitung.

Koba, 11 September 2015

Penulis

Ferdian

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Batasan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.6 Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1 Pemasaran	12
2.1.1 Pengertian Pemasaran	12
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	14

2.2 <i>Brand Image</i> (Citra Merek)	15
2.2.1 Pengertian <i>Brand</i> (Merek)	15
2.2.2 Manfaat <i>Brand</i>	16
2.2.3 Pengertian <i>Image</i> (Citra)	18
2.2.4 Pengertian <i>Brand Image</i>	20
2.2.5 Manfaat <i>Brand Image</i>	22
2.3 Kualitas Produk	23
2.3.1 Pengertian Kualitas	23
2.3.2 Pengertian Produk	24
2.3.3 Pengertian Kualitas Produk	26
2.3.4 Penentu-PenentuKualitas Produk	27
2.3.5 DimensiKualitasProduk	28
2.4 Kualitas Layanan	30
2.4.1 Pengertian Kualitas Layanan	30
2.4.2 Tujuan dan Fungsi Pelayanan.....	34
2.4.3 Dimensi Kualitas Pelayanan	34
2.4.4 Prinsip-Prinsip Kualitas Pelayanan	38
2.4.5 Unsur-Unsur Kualitas Pelayanan	40
2.4.6 Model Kualitas Pelayanan	44
2.5 KeputusanPembelianKonsumen	46
2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen	46
2.5.2 Proses Keputusan Pembelian	47

2.5.3 Peran Keputusan Pembelian	48
2.5.4 Macam-Macam Situasi Pembelian	49
2.5.5 Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	50
2.6 Hasil Penelitian Terdahulu	53
2.7 Kerangka Pemikiran.....	55
2.7.1 Hubungan <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	55
2.7.2 Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	55
2.7.3 Hubungan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	56
2.8 Hipotesis	56
BAB III METODE PENELITIAN	57
3.1 Pendekatan Penelitian	57
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	57
3.3 Populasi dan Sampel	57
3.4 Teknik Pengumpulan Data	59
3.4.1 Jenis Data	59
3.4.2 Metode Pengumpulan Data	59
3.5 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel	60
3.5.1 Definisi Operasional Variabel	60
3.5.2 Pengukuran Variabel	63

3.6 Uji Kualitas Data	63
3.6.1 Uji Validitas	63
3.6.2 Uji Reliabilitas	64
3.7 Teknik Analisis Data	64
3.7.1 Uji Asumsi Klasik	64
3.7.1.1 Uji Normalitas	64
3.7.1.2 Uji Multikolinearitas	64
3.7.1.3 Uji Heteroskedasitas	65
3.7.2 Uji Hipotesis	65
3.7.2.1 Uji Regresi Berganda	65
3.7.2.2 Uji T	66
3.7.2.3 Uji F	66
3.7.2.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	67
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	68
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	68
4.1.1 Profil Singkat Usaha Mie Koba	68
4.1.2 Struktur Organisasi Usaha Warung Mie Koba di Pangkalpinang	69
4.2 Hasil Penelitian	69
4.2.1 Hasil Karakteristik Responden	70
4.2.2 Hasil Deskripsi Variabel	72
4.2.2.1 Variabel <i>Brand Image</i>	72
4.2.2.2 Variabel Kualitas Produk	74

4.2.2.3 Variabel Kualitas Layanan	78
4.2.2.4 Variabel Keputusan Pembelian	83
4.3 Hasil Penelitian Analisis Data	89
4.3.1 Uji Validitas	89
4.3.2 Uji Reliabilitas	90
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	91
4.3.3.1 Uji Normalitas	91
4.3.3.2 Uji Multikolinieritas	92
4.3.3.3 Uji Heteroskedastisitas	93
4.3.4 Analisis Regresi Berganda	94
4.3.5 Pengujian Hipotesis	95
4.3.5.1 Uji Parsial atau Uji T	95
4.3.5.2 Uji Simultan atau Uji F	97
4.3.6 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	98
4.4 Pembahasan	99
4.4.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian	99
4.4.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan pembelian	100
4.4.3 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian	100
4.4.4 Pengaruh <i>Brand Image</i> , Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian	

	secara Simultan	101
BAB V	PENUTUP	102
	5.1 Kesimpulan	102
	5.2 Saran	104
	DAFTAR PUSTAKA	105
	LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Jumlah Omzet Usaha Mie Koba di Pangkalpinang dari Bulan April 2014 – Januari 2015	5
Tabel I.2	Data pra-survey keputusan pembelian konsumen pada usaha Mie Kobadi Pangkalpinang	7
Tabel II.1	PenelitianTerdahulu	54
Tabel III.1	DefinisiOperasionaldanPengukuranVariabel.....	61
Tabel IV.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
Tabel IV.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	71
Tabel IV.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	71
Tabel IV.4	Lambang atau logo merek mudah diingat oleh konsumen	72
Tabel IV.5	Merek mudah dikenali konsumen	73
Tabel IV.6	Merek yang terpercaya	73
Tabel IV.7	Tanggapan responden terhadap variable brand image (X1)	74
Tabel IV.8	Citra rasa dari Mie Koba	75
Tabel IV.9	Tanggapan responden menurut indikator aroma atau bau khas dari Mie Koba	75
Tabel IV.10	Tanggapan responden menurut indikator tekstur atau bentuk dari Mie Koba	76
Tabel IV.11	Tanggapan responden menurut indikator varian penyedap dari Mie Koba	76
Tabel IV.12	Tanggapan responden menurut indikator kebersihan atau tampilan dari Mie Koba	77

Tabel IV.13	Tanggapan responden terhadap variabel Kualitas Produk (X2)	78
Tabel IV.14	Fasilitas yang disediakan	79
Tabel IV.15	Kebersihan dan kerapihan tempat	79
Tabel IV.16	Proses persiapan dan penyajian	80
Tabel IV.17	Kemampuan kariawan dalam melayani kosumen	80
Tabel IV.18	Wawasan karyawan mengenai produk	81
Tabel IV.19	Tanggung jawab dari tingkah laku, sopan-santun karyawan	82
Tabel IV.20	Kepedulian karyawan terhadap konsumen	82
Tabel IV.21	Tanggapan Responden terhadap variabel Kualitas Layanan (X3)	83
Tabel IV.22	Konsumen mencari kebutuhan yang diperlukan	84
Tabel IV.23	Konsumen terlebih dahulu mengumpulkan data produk sebelum mengambil keputusan untuk membeli	84
Tabel IV.24	Kemantapan pada sebuah produk	85
Tabel IV.25	Kesadaran akan dalam membeli produk	86
Tabel IV.26	Memutuskan membeli	86
Tabel IV.27	Memberikan rekomendasi kepada orang lain	87
Tabel IV.28	Melakukan pembelian ulang	88
Tabel IV.29	Tanggapan Responden terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y)	88
Tabel IV.30	Hasil Uji Validitas	89
Tabel IV.31	Hasil Uji Reliabilitas	90
Tabel IV.32	Pengujian Multikolinieritas	92

Tabel IV.33	Hasil Analisis Regresi Berganda Y	94
Tabel IV.34	Hasil Uji T	96
Tabel IV.35	Hasil Uji F	98
Tabel IV.36	Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	99



DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1	Konsep inti pemasaran	13
Gambar II.2	Kerangka pemikiran	55
Gambar IV.1	Logo Mie Koba	69
Gambar IV.2	Struktur organisasi usaha warung Mie Koba di Pangkalpinang ..	69
Gambar IV.3	Histogram	91
Gambar IV.4	Probabiliti Plot	92
Gambar IV.5	Scatterplot	93



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I Kuesioner Penelitian
- Lampiran II Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran III Tabulasi Data
- Lampiran IV Hasil Uji Validitas
- Lampiran V Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran VI Hasil Uji Asumsi Klasik , Uji Regresi Linier Berganda, Uji T,
Uji F dan Koefesien Determinasi
- Lampiran VII Lembar Bimbingan Skripsi

