

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ASURANSI HAJI DAN
UMROH DENGAN HARGA SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

(Studi Kasus Pada PT. Pan Pacific Insurance)

**Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Mercu Buana Jakarta**



Nama : Riska Bahariawati

NIM : 43114320005

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2019

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Riska Bahariawati

NIM : 43114320005

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

Jakarta, 5 Januari 2019



Riska Bahariawati

Nim : 43114320005

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Riska Bahariawati
NIM : 43114320005
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian dengan Harga sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada PT. Pan Pacific Insurance)
Tanggal Lulus Ujian : 30 Januari 2019

Disahkan oleh,

Pembimbing



Muhammad, SE, MM

Tanggal : 09 / 2 / 2019

Ketua Penguji



Agus Ariyanto, SE, MM

Tanggal : 12-02-2019

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA., CIPSAS., CMA., CRS

Tanggal :

12 / 2 / 19

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dudi Permana, Ph.D

Tanggal :

12 / 2 / 19

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari citra merek dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian asuransi haji dan umroh dengan harga sebagai variabel moderasi (Studi Kasus pada PT. Pan Pacific Insurance). Pengumpulan data menggunakan angket. Sampel yang digunakan 30 biro umroh pelanggan PT. Pan Pacific Insurance. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah menggunakan teknik analisis regresi linear berganda MRA. Metode analisis yang digunakan adalah SPSS 20. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, citra merek berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian setelah dimoderasi dengan harga dan kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian setelah dimoderasi dengan harga.

Kata Kunci :

Citra Merek, Kualitas Layanan, Harga dan Keputusan Pembelian.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of brand image and service quality on purchasing decisions of hajj and umrah insurance at prices as moderating variables (Case Study at Pan Pacific Insurance). Data collection uses questionnaires. The sample used was 30 customer umroh bureaus of PT. Pan Pacific Insurance. The sampling technique in this study was using MRA multiple linear regression analysis techniques. The analytical method used is SPSS 20. The results showed that brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions, service quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, prices have a positive and significant effect on purchasing decisions, brand image has a negative and insignificant effect on purchasing decisions after being moderated by price and service quality negative and insignificant effect on purchasing decisions after being moderated by prices

Keywords :

Brand Image, Service Quality, Price and Purchasing Decision.



U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian dengan Harga sebagai Variabel Moderasi Pada PT Pan Pacific Insurance”**. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan tugas akhir pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa penyusunan proposal skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Muhammad SE, MM, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis haturkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada

1. Prof. Dr. Ngadino Surip, MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana Jakarta.
2. Dr. Harnovinsah, Ak.,M.Si.,CA,CIPSAS.,CMA.,CRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta.
3. Dudi Permana, Ph.D., selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana Jakarta.
4. Muhammad SE, MM selaku Sekretaris Prodi Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana Jakarta

5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
6. Kedua orang tua tercinta, suami dan kakak tersayang, serta seluruh keluarga besar yang telah memberikan semangat, do'a dan dukungan moral serta materil yang tiada henti-hentinya
7. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB angkatan 2015 yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
8. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih atas bantuan, motivasi serta doanya

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga proposal skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam proposal skripsi ini.

U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

Jakarta, 5 Januari 2019

Riska Bahariawati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	7
1. Tujuan Penelitian	7
2. Kontribusi Penelitian	8
BAB II KAJIAN TEORITIS, RERANGKA KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
A. Kajian Teoritis	9
1. Keputusan Pembelian	9
a. Pengertian Keputusan Pembelian	9
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	10
c. Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian	11

2. Citra Merek.....	13
a. Pengertian Citra Merek.....	13
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Citra Merek	14
c. Dimensi Citra Merek	15
3. Harga	16
a. Pengertian Harga.....	16
b. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Harga	17
c. Dimensi Harga	18
4. Kualitas Layanan	19
a . Pengertian Kualitas Layanan	19
b. Faktor – faktor yang mempengaruhi Kualitas Layanan	19
c. Dimensi Kualitas Layanan.....	20
5. Penelitian terdahulu	21
6. Hubungan Antar Variabel.....	26
B. Rerangka Konseptual	28
C. Pengembangan Hipotesis	28

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	30
B. Desain Penelitian	30
C. Definisi dan Operasional Variabel	30
1. Definisi Variabel	30
2. Operasional Variabel	32
D. Pengukuran Variabel	37
E. Populasi dan Sampel	37
1. Populasi Penelitian	37
2. Sampel Penelitian	38
F. Teknik Pengumpulan Data	38
G. Metode Analisis Data	39
1. Analisis Statistik Deskriptif	39
2. Uji Kualitas Data	39

a. Uji Validitas	40
b. Uji Reliabilitas	40
3. Uji Asumsi Klasik	41
a. Uji Normalitas	41
b. Uji Multikolonieritas	42
c. Uji Heteroskedastisitas	42
4. Uji Kesesuaian Model	43
1) Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	43
2) Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)	44
3) Uji Koefisien Determinasi (R^2)	45
5. Analisis Regresi Linier Berganda.....	46

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Deskriptif.....	47
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	47
2. Deskripsi Responden	48
3. Deskripsi Variabel	49
B. Hasil Uji Instrumen Penelitian	53
1. Hasil Uji Validitas.....	53
2. Hasil Uji Reliabilitas.....	56
C. Hasil Uji Asumsi Klasik	57
1. Hasil Uji Normalitas	57
2. Hasil Uji Multikolinieritas	59
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	60
F. Hasil Uji Kesesuaian Model Persamaan Satu.....	63
a. Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	63
b. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	63
c. Analisis Regresi	64
d. Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)	66

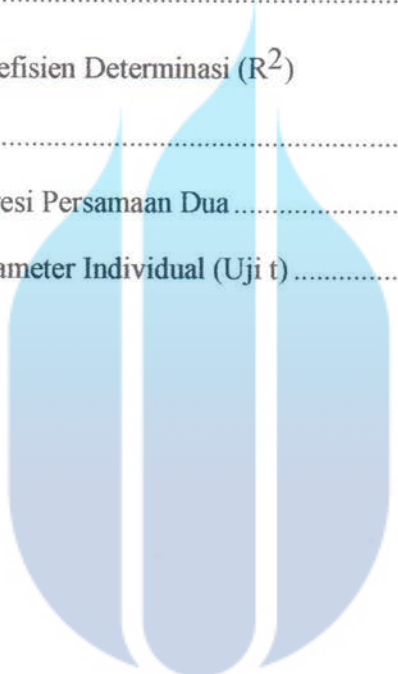
G. Pembahasan Persamaan Satu	67
1. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	67
2. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian.....	68
3. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	68
H. Hasil Uji Kesesuaian Model Persamaan Dua	68
a. Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	68
b. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	69
c. Analisis Regresi	68
d. Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)	72
I. Pembahasan Persamaan Dua	72
1. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian dimoderasi Harga	72
2. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian dimoderasi Harga	73
 BAB V HASIL SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan.....	74
B. Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	82

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
1.1	Data UMR	1
2.1	Tabel Penelitian Terdahulu	21
3.1	Tabel Operasional Variabel	33
3.2	Tabel Instrumen Skala Likert.....	37
4.1	Tabel Profil Responden Usia Biro Umroh	48
4.2	Tabel Profil Responden Frekuensi Pembelian	49
4.3	Tabel Rentang Skala	50
4.4	Tabel Frekuensi Keputusan Pembelian.....	50
4.5	Tabel Frekuensi Citra Merek	51
4.6	Tabel Frekuensi Kualitas Layanan	52
4.7	Tabel Frekuensi Harga	53
4.8	Tabel Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	54
4.9	Tabel Hasil Uji Validitas Citra Merek	54
4.10	Tabel Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan	55
4.11	Tabel Hasil Uji Validitas Harga	56
4.12	Tabel Hasil Uji Reliabilitas	57
4.13	Tabel Hasil Uji Normalitas Persamaan Satu.....	58
4.14	Tabel Hasil Uji Normalitas Persamaan Dua	58
4.15	Tabel Hasil Uji Multikolonieritas Persamaan Satu	59
4.16	Tabel Hasil Uji Multikolonieritas Persamaan Dua	60
4.17	Tabel Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	
	Persamaan Satu	63

4.18 Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	
Persamaan Satu.....	63
4.19 Tabel Analisis Regresi Persamaan Satu.....	64
4.20 Tabel Hasil Uji Parameter Individual (Uji t).....	66
4.21 Tabel Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	
Persamaan Dua.....	68
4.22 Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	
Persamaan Dua.....	69
4.23 Tabel Analisis Regresi Persamaan Dua.....	70
4.24 Tabel Hasil Uji Parameter Individual (Uji t).....	72



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

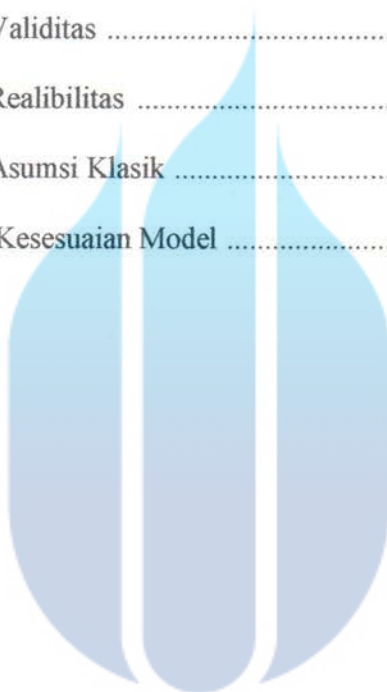
No.	Keterangan	Halaman
1.1	Grafik Jamaah Umroh	2
1.2	Jamaah Umroh Asuransi Pan Pacific	52
2.1	Rerangka Konseptual	28
4.1	Uji Heteroskedastisitas Persamaan Satu	61
4.2	Uji Heteroskedastisitas Persamaan Dua.....	62



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

	Keterangan	Halaman
Lampiran 1	Kuesioner	82
Lampiran 2	Hasil Kuesioner	87
Lampiran 3	Hasil Uji Statistik Deskriptif	91
Lampiran 4	Hasil Uji Validitas	94
Lampiran 5	Hasil Uji Realibilitas	96
Lampiran 6	Hasil Uji Asumsi Klasik	96
Lampiran 7	Hasil Uji Kesesuaian Model	99



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA