

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN BREND IMAGE
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG GAS MEDIS
CV BERKAH MITRA GAS JAKARTA TIMUR**

SKRIPSI

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



Nama : Singgih Prasajo

NIM : 43114310048

U N I V E R S I T A S

Program Studi Manajemen

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2019

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Singgih Prasojo

Nim : 43114310048

Program Studi : S1 Manajemen

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 12 januari 2019



Singgih Prasojo

Nim:43114310048

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Singgih Prasojo
NIM : 43114310048
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Brand Image Terhadap
Keputusan Pembelian Ulang Gas Medis CV Berkah Mitra Gas
Jakarta Timur
Tanggal Lulus Ujian : 29 Januari 2019.

Disahkan oleh :

Pembimbing,



Dra. Yanti Murni, MM

Tanggal : 8/2/19

Ketua Penguji,



Dr. Parwoto, ST., MM

Tanggal : 8/2/19

Dekan,

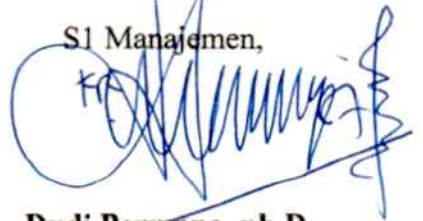


Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA., CIPSAS., CMA., CRS

Tanggal : 8/2/19

Ketua Program Studi

S1 Manajemen,



Dudi Permana, ph.D

Tanggal : 8/2/19

ABSTRACT

This study was to find out the effect of service quality, and brand image on the decision to repurchase medical gas CV Berkah Mitra Gas East Jakarta. The object of this research is medical gas with a sample of 100 respondents. This study uses a quantitative descriptive approach. Therefore, the multiple linier regression analysis test. The results of this study indicate that in the terms of quality service quality, brand image, has a significantly effect on repurchase decisions. This is evidenced from the results of multiple linier analysis which shows the significant values of the variables that supporting the hypothesis. Therefore, the results of this study state that there is an influence of service quality, and brand image of the decision to repurchase medical gas CV Berkah Mitra Gas East Jakarta.

Keywords: Service quality, Brand image and Repurchase Decision



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

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, dan brand image terhadap keputusan pembelian ulang gas medis CV Berkah Mitra Gas Jakarta Timur. Objek penelitian ini adalah gas medis dengan jumlah sampel 100 responden. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Karena itu, analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk uji analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara persial kualitas pelayanan, brend image berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ulang. Hal ini dibuktikan dari hasil uji analisis linier berganda yang menunjukkan nilai signifikan dari variabel-variabel yang mendukung hipotesis. oleh karena itu, hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh dari kualitas pelayanan, dan brand image terhadap keputusan pembelian ulang gas medis CV Berkah Mitra Gas Jakarta Timur.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Brand Image dan Keputusan Pembelian Ulang



U N I V E R S I T A S

MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah Segala puji syukur atas nikmat dan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan segala rahmat, dan karunia-nya kepada peneliti sehingga, penulis dapat mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Gas Medis CV Berkah Mitra Gas Jakarta Timur"**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercubuana Jakarta.

Tentunya keberhasilan penyusunan skripsi ini tak lepas dari bimbingan, bantuan dari dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya ibu Dra. Yanti Murni, MM. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat kepada peneliti. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah mencurahkan anugerah-nya dan peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip, MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA., CIPSAS., CMA., CRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, Ph.D. selaku Ketua Program Studi S-1 Manajemen Universitas Mercu Buana.

4. Bapak Muhamad, SE., MM selaku Sekretaris Program Studi S1-Manajemen Universitas Mercu Buana Kampus D Kranggan yang telah memberikan kemudahan administrasi serta memberikan bimbingan dalam penelitian ini.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, terima kasih atas curahan ilmu yang Bapak dan Ibu berikan kepada peneliti.
6. Seluruh jajaran karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, atas kerja kerasnya melayani mahasiswa dengan baik dan meningkatkan citra Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
7. Kedua orang tua tercinta Bapak Sugiyono dan Ibu Sukati, serta kakak tercinta Sigit Rahmadi, dan adik tercinta yang telah memberikan semangat, doa, dukungan moral juga material yang tiada henti-hentinya kepada peneliti serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman di Universitas Mercubuana Jakarta Kampus D Khususnya FEB angkatan 2014, kemudian rekan-rekan tim beserta seluruh karyawan perusahaan CV Berkah Mitra Gas Jakarta Timur yang telah memberikan dukungan, semangat dan doanya.
9. Buat Direktur Perusahaan CV Berkah Mitra Gas Jakarta Timur, Bapak Suyatno, selaku Direktur di perusahaan CV Berkah Mitra Gas Jakarta Timur, dan kemudian Buat Finance and Acconting, HRD Bapak Purwanto selaku HRD Perusahaan CV Berkah Mitra Gas Jakarta Timur, dan untuk memberikan motivasi dan supot tak henti-hentinya, Untuk membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.
10. Pihak-pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini sempurna dan oleh sebab itu maka, pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. maka, penulis selalu berusaha memperbaiki diri dan mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Dan akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam penulisan ini. sekian Terima Kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Jakarta, 12 januari 2019



Singgih Prasojo

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

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
KATA PEGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	8
C. Tujuan Kontribusi Penelitian.....	8
1. Tujuan Penelitian.....	8
2. Kontribusi Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN TEORI, RERANGKA KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
A. Kajian Teori.....	10
1. Keputusan Pembelian Ulang.....	10
a. Definisi Keputusan Pembelian Ulang.....	10
b. Dimensi Keputusan Pembelian Ulang.....	11
c. Indikator Keputusan Pembelian Ulang.....	11
d. Faktor Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian Ulang.....	11

2. Kualitas Pelayanan.....	12
a. Definisi Kualitas Pelayanan	12
b. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	12
c. Indikator Kualitas Pelayanan	14
3. Brand Image	19
a. Definisi Brand Image	19
b. Dimensi Brand Image	20
c. Indikator Brand Image	20
d. Faktor yang mempengaruhi Brand Image	21
4. Penelitian Terdahulu	21
B. Rerangka Konseptual	25
C. Pengembangan Hipotesis	26
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Waktu dan Tempat Penelitian	29
B. Desain Penelitian	29
C. Definisi dan Operasional Variabel	29
1. Definisi Variabel	29
2. Operasional Variabel	30
D. Pengukuran Variabel	33
E. Populasi dan Sampel Penelitian	34
1. Populasi Penelitian	34
2. Sampel Penelitian	34
F. Teknik Pengumpulan Data	35
G. Metode Analisis	36
1. Statistik Deskriptif	36
2. Uji Kualitas Data	36
a. Uji Validitas	37
b. Uji Reliabilitas	37
3. Uji Asumsi Klasik	38
a. Uji Normalitas	38

b. Uji Multikolonieritas	39
c. Uji Heteroskedastisitas	40
4. Uji Kesesuaian Model	41
a. Koefisien Determinasi (R^2)	41
b. Uji F (ANOVA)	41
5. Uji Analisis Regresi Linier Berganda	42
6. Uji Hipotesis (Uji t)	42
a. Uji Parsial (Uji Statistik t)	43

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambar Umum Objek Penelitian	44
1. Tempat dan waktu Penelitian	46
2. Karakteristik Profil Responden	46
a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
b. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
c. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	48
d. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan	48
B. Hasil Uji Statistik Deskriptif	49
C. Hasil Uji Kualitas Data	51
1. Hasil Uji Validitas	51
2. Hasil Uji Reliabilitas	52
D. Hasil Uji Asumsi Klasik	53
1. Hasil Uji Normalitas	53
2. Hasil Uji Multikolinearitas	54
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	54
E. Hasil Uji kesesuaian Model	55
1. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R)	55
2. Hasil Uji F(Anova)	56
F. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	56
G. Hasil Uji Hipotesis	57
H. Pembahasan Hasil Penelitian	58

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	58
2. Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian	59
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	60
B. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	64



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

No	Keterangan	Hal
1.1	Penjualan Gas Medis tahun 2017 CV. Berkah Mitra Gas	5
1.2	Grafik CV. Berkah Mitra Gas	6
1.1	Penelitian Terdahulu	21
1.1	Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)	30
1.2	Variabel Brand Image (X_2)	31
1.3	Variabel Keputusan Pembelian Ulang (Y)	32
1.4	Instrumen Skala Likert	33
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	48
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	48
4.5	Kriteria Interpretasi Skor	49
4.6	Hasil Uji Statistik Deskriptif	50
4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	51
4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Brand Image	52
4.9	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	52
4.10	Hasil Uji Reliabilitas	53
4.11	Hasil Uji Normalitas	54
4.12	Hasil Uji Multikolonieritas	54
4.13	Hasil Uji Heteroskedastisitas	55
4.14	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	55
4.15	Hasil Uji F ANOVA	56
4.16	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	56
4.17	Hasil Uji Hipotesis	57

DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Hal
1.1	Rerangka Konseptual	26



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

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Keterangan	Hal
Lampiran 1	Kuesioner	64
Lampiran 2	Hasil Kuesioner	68
Lampiran 3	Hasil Statistik Deskriptif	86
Lampiran 4	Hasil Uji Validitas	87
Lampiran 5	Hasil Reliabilitas	89
Lampiran 6	Hasil Uji Asumsi Klasik	90
Lampiran 7	Hasil Uji Kesesuaian Model	91
Lampiran 8	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	91
Lampiran 9	Hasil Uji Hipotesis	92



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