

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK,
CITRA MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN ATK DI GRAMEDIA**

(Studi Empires Pada Toko Buku Gramedia Plaza Pondok Gede)



Nama : Yuliana

U N I V E R S I T A S

Nim : 43116210056

MERCU BUANA

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2020

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK,
CITRA MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEBELIAN ATK DI GRAMEDIA PLAZA
PONDOK GEDE**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta

SKRIPSI

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

UNIVERSITAS

Nama : Yuliana

MERCU BUANA

Nim : 43116210056

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2020

i

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yuliana

Nim : 43116210056

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).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

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

Jakarta, Desember 2019



Yuliana

Nim: 43116210056

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Yuliana
NIM : 43116210056
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian ATK di Gramedia Plaza Pondok Gede
Tanggal Lulus Ujian : 28 Januari 2020

Disahkan Oleh

Pembimbing

Ketua Penguji



Dr. Bambang Mulyana, M.Si

Tanggal:



Dr. Nur Aisyah F. Pulungan, SE, MM

Tanggal:

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Harnovinsah, Ak, M.Si, CA

Tanggal:



Dr. Daru Asih, SE., M.Si

Tanggal:

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, kualitas produk, citra merek, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Alat Tulis Kantor di Gramedia. Populasi dalam penelitian ini adalah yang membeli atau menggunakan produk Alat Tulis Kantor di Gramedia. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden, dihitung berdasarkan rumus paul leedy. Metode penarikan sampel menggunakan sampel Random Sampling, dengan instrumen penelitian adalah kuisioner. Metode analisis data menggunakan SPSS 21, penelitian ini membuktikan bahwa harga, kualitas produk, dan citra merek berpengaruh positif signifikan sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

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

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of price, product quality, brand image, and service quality on purchasing decisions of Office Stationery at Gramedia. The population in this study are those who buy or use Office Stationery products at Gramedia. The sample used was 100 respondents, calculated based on the formula Paul Leedy. The sampling method uses a Random Sampling sample, with the research instrument being a questionnaire. The data analysis method uses SPSS 21, this study proves that price, product quality, and brand image have a significant positive effect while service quality has a negative and no significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Price, Product Quality, Brand Image, Service Quality, Purchasing Decisions

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

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat ALLAH SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ **Analisis Pengaruh Harga,Kualitas Produk,Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian ATK di Gramedia Plaza Pondok Gede**”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan,bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir Ngadino Surip, MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA., CIPSAS., selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
3. Ibu Daru Asih, M.Si selaku Ketua Porgram Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Eri Marlapa, SE,MM selaku Sekertaris Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Dr.Bambang Mulyana, M.Si, RF selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.
6. Para dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilkinya untuk diberikan kepada kami. Semoga dihadapan Allah SWT menjadi amal jariyah Bapak/Ibu.
7. Bapak dan Ibu di bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.

8. Teristimewa, kedua orang tua tercinta, kakek dan almh nenek yang telah memberikan doa, semangat, dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Sahabat yang selalu menyemangati dan membantu dalam mengerjakan skripsi ini, untuk Saarah, Tiara, Nidya, Penti, Fitri terima kasih, tanpa semangat kalian penulis tidak akan mampu sampai sejauh ini.
10. Temen-Temen seperjuangan yang akan lulus bersama-sama untuk Jihad, William, Ariestu, Radit, Mei, Krisna, Rifki, Reza terima kasih selama ini telah menjadi teman seperjuangan yang saling menyemangati satu dengan lainnya.
11. Dan seluruh teman-teman Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana angkatan 2016 semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan terhadap skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, Januari 2020

Yuliana

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	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	6
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	7
 BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA KONSEPTUAL, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	 8
A. Kajian Pustaka.....	8
1. Keputusan Pembelian	8
a. Pengertian Keputusan Pembelian	8
b. Indikator Keputusan Pembelian	8
2. Harga	10
a. Pengertian Harga	10
b. Kebijakan Penetapan Harga.....	10
c. Dimensi Harga.....	11
3. Kualitas Produk	11
a. Pengertian Kualitas Produk	11
b. Dimensi Kualitas Produk.....	12
4. Citra Merek.....	13
a. Pengertian Citra Merek.....	13

b. Manfaat Merek	14
c. Fungsi Merek	15
d. Dimensi dan Indikator Citra Merek	15
5. Kualitas Pelayanan	16
a. Pengertian Kualitas Pelayanan	16
b. Dimensi dan Indikator Kualitas Pelayanan	17
6. Penelitian Terdahulu	18
B. Kerangka Konseptual dan Pengembangan Hipotesis	26
1. Kerangka Konseptual	26
2. Pengembangan Hipotesis	26
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Waktu dan Tempat Penelitian	29
1. Waktu Penelitian	29
2. Tempat Penelitian	29
B. Desain Penelitian	29
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	30
1. Definisi Variabel	30
2. Operasionalisasi Variabel	31
D. Skala Pengukuran	35
E. Populasi dan Sampel Penelitian	36
1. Populasi Penelitian	36
2. Sampel Penelitian	36
F. Metode Pengumpulan Data	38
G. Metode Analisis Data	38
1. Analisis Deskriptif	39
2. Uji Validitas Data	39
3. Uji Asumsi Klasik	40
4. Analisis Regresi Linier Berganda	42
5. Uji Kesesuaian Model	44
6. Uji Hipotesis	45

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	46
A. Gambaran Umum Tentang Perusahaan	46
1. Sejarah Perusahaan	46
B. Analisis Deskriptif	48
1. Deskripsi Karakteristik Responden	48
2. Deskripsi Variabel	51
C. Hasil Uji Kualitas Data	56
1. Hasil Uji Validitas	56
2. Hasil Uji Reliabilitas	59
D. Hasil Uji Asumsi Klasik	60
1. Hasil Uji Normalitas	60
2. Hasil Uji Multikolonieritas	61
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	61
4. Hasil Uji Linieritas	62
E. Hasil Uji Kesesuaian Model	63
1. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	63
2. Hasil Uji F Anova	64
F. Analisis Regresi Linier Berganda	64
G. Hasil Uji Hipotesis (Uji t)	66
H. Pembahasan Hasil Penelitian	67
1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	67
2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	68
3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	68
4. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	70
A. Kesimpulan	70
B. Saran	71
1. Saran Bagi Gramedia	71
2. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan ATK Gramedia Tahun 2016-2018	3
Tabel 1.2 Data Pra Survei	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Harga.....	32
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Kualitas Produk	32
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel Citra Merek	33
Tabel 3.4 Operasionalisasi Variabel Kualitas Pelayanan.....	34
Tabel 3.4 Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian	34
Tabel 3.5 Instrumen Skala Likert.....	35
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	49
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan	50
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 4.5 Kriteria Interpretasi Skor.....	52
Tabel 4.6 Hasil Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	52
Tabel 4.7 Hasil Deskripsi Variabel Harga	53
Tabel 4.8 Hasil Deskripsi Variabel Kualitas Produk	54
Tabel 4.9 Hasil Deskripsi Variabel Citra Merek.....	55
Tabel 4.10 Hasil Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan	55
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	56
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Harga	57
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	57
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek	58

Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	58
Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas	59
Tabel 4.17 Hasil Uji Normalitas	60
Tabel 4.18 Hasil Uji Multikolonieritas	61
Tabel 4.19 Hasil Uji Heteroskedastisitas	62
Tabel 4.20 Hasil Uji Linieritas.....	62
Tabel 4.21 Hasil Uji Koefisien Determinasi	63
Tabel 4.22 Hasil Uji F Anova	64
Tabel 4.23 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	65
Tabel 4.24 Hasil Uji Hipotesis (Uji t).....	66



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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penjualan ATK Gramedia Tahun 2016-2018.....	3
Gambar 2.1 Model Kerangka Konseptual Penelitian.....	26



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	74
Lampiran 2 Jawaban Responden.....	79
Lampiran 3 Karakteristik Responden	94
Lampiran 4 Hasil Uji Deskriptif	95
Lampiran 5 Hasil Uji Instrumen	97
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	100
Lampiran 7 Hasil Uji Kesesuaian Model	101
Lampiran 8 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji Hipotesis	102

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