

**ANALISIS PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS
PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN CHATIME CABANG CAMAN
BEKASI**

SKRIPSI



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2024

**ANALISIS PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS
PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN CHATIME CABANG CAMAN
BEKASI**

SKRIPSI



Nama : Silpi Sapitri

NIM : 43118310076

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2024

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Silpi Sapitri

Nim 43118310076

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya saya 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.



Jakarta, 08 Januari 2024



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Silpi Sapitri
NIM : 43118310076
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN CHATIME CABANG CAMAN BEKASI
Tanggal Sidang : 14 Maret 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Rachi Titi Ramadhani Sari, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 04243777



Please Scan QRCode to Verify

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya kepada peneliti, sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Analisis Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Chatime Cabang Caman Bekasi”**. Atas

bimbingan Ibu Rachi Titi Ramadhani Sari, SE, MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti ingin berterimakasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M. Eng. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, M.m, Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Eri Marlpa, M.m selaku Sekretaris Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

5. Para dosen di Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami. Semoga di hadapan Allah SWT menjadi amal jariyah Bapak/Ibu. Aamiin.
6. Seluruh teman-teman Manajemen S1 Fakultas Ekonomi Bisnis UMB Reguler2 angkatan 2018 genap yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.
7. Teristimewa, kedua orang tua tercinta yang telah memberikan semangat, doadan dukungan moral.

Peneliti menyadari, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan sertapengalaman. Oleh karena itu. Peneliti mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dankerendahan diri, peneliti mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahandalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 1 Juni 2023

Silpi Sapitri

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Kontribusi Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS	13
A. Kajian Pustaka	13
1. Manajemen Pemasaran.....	13
2. Keputusan Pembelian.....	17
3. <i>Brand Image</i>	22
4. Kualitas Produk	24
5. Kualitas Pelayanan.....	28
B. Penelitian Terdahulu.....	31
C. Rerangka Konseptual.....	35
D. Pengembangan Hipotesis.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	39
1. Waktu Penelitian.....	39

2. Tempat Penelitian	39
B. Desain Penelitian.....	39
C. Definisi Operasional Variabel.....	39
1. Definisi Variabel.....	39
2. Operasional Variabel.....	40
D. Skala Pengukuran.....	42
E. Populasi dan Sampel.....	43
1. Populasi	43
2. Sampel.....	43
F. Metode Pengumpulan Data	45
1. Data Primer	45
2. Data Sekunder.....	45
G. Metode Analisis Data	46
1. Analisis Deskriptif	46
2. Pengujian Instrumen.....	46
3. SEM-PLS.....	47
4. Model Pengukuran atau <i>Outer Model</i>	47
5. Model Struktural atau <i>Inner Model</i>	48
6. Pengujian Signifikansi.....	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50
B. Analisis Data	53
C. Evaluasi <i>Outer Model</i>	53
D. Evaluasi <i>Inner Model</i>	58
1. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian	59
2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	59
3. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian.....	59
E. Pembahasan.....	59
1. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	59

2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian..... 61
3. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian..... 62



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	64
A. Kesimpulan.....	64
B. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....	67
LAMPIRAN	71



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Buble Drink 2020-2022.....	3
Tabel 1.2 Total Penjualan Chatime cabang Caman Bekasi Tahun 2019 - 2022	5
Tabel 1.3 Hasil Prasurvey Faktor Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Chatime Cabang Caman Bekasi.....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Keputusan Pembelian.....	41
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Brand Image.....	41
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel Kualitas Produk	41
Tabel 3.4 Definisi Operasional Variabel Kualitas Layanan	42
Tabel 3.5 Instrumen Skala Likert.....	43
Tabel 4.1 Deskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.2 Deskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	51
Tabel 4.3 Deskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	51
Tabel 4.4 Deskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel 4.5 Uji Validitas <i>Loading Factor</i>	54
Tabel 4.6 Uji Validitas <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	55
Tabel 4.7 Uji Validitas Cross Loading	56
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas	57
Tabel 4.9 Uji Koefisien Determinasi (R-Square).....	58
Tabel 4.10 Uji Hipotesis	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Rerangka Konseptual	35
Gambar 4.1 Diagram Alur Penelitian.....	53



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	71
Lampiran 2. Output SmartPLS	75



UNIVERSITAS
MERCU BUANA