

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DESAIN PRODUK,  
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA OPTIK MELAWAI TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA**



**Oleh :**

**NADYA OKTAVIA SANTOSO**

**NPM: 14.1.02.09244**

**Program Studi: Manajemen**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)**

**SURABAYA**

**2018**

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DESAIN PRODUK,  
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA OPTIK MELAWAI TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA**



**Oleh :**

**NADYA OKTAVIA SANTOSO**

**NPM: 14.1.02.09244**

**Program Studi: Manajemen**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA) SURABAYA**

**2018**

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DESAIN PRODUK,  
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA OPTIK MELAWAI TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA**

**Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat**

**Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**Program Studi: Manajemen**

**Konsentrasi: Manajemen Pemasaran**

**Oleh:**

**NADYA OKTAVIA SANTOSO**

**NPM: 14.1.02.09244**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)**

**SURABAYA**

**2018**

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DESAIN PRODUK,  
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA OPTIK MELAWAI TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA**

**Dipersiapkan dan disusun oleh :**

**NADYA OKTAVIA SANTOSO  
NPM : 14.1.02.09244**

**Telah Dipertahankan Didepan Tim Penguji  
Pada Tanggal 28 April 2018**

**Susunan Tim Penguji :**

**Ketua : Prof. Dr. Budiyanto, M.S.**

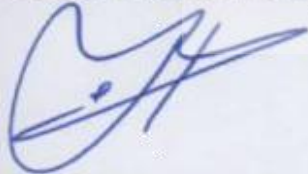
**Anggota : 1. Dra. Tri Yuniati, M.M.**

**2. Dr. Hendri Soekotjo, S.E., M.M.**

**Dinyatakan memenuhi syarat dan diterima**

**Oleh:**

**Dosen Pembimbing**



**Dra. Tri Yuniati, M.M.**

**Ketua Program Studi S1 Manajemen**



**Dr. Triyonowati, S.E., M.Si.**



**Ketua STIESIA**

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI**



**Dr. Nur Fadrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.**



## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : NADYA OKTAVIA SANTOSO

NPM : 14.1.02.09244

menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DESAIN PRODUK,  
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA OPTIK MELAWAI TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA**

Diajukan untuk diuji pada tanggal 28 April 2018 adalah hasil karya saya.

*Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.*

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, 28 April 2018

Yang membuat pernyataan,



NADYA OKTAVIA SANTOSO

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. MAHASISWA

Nama : Nadya Oktavia Santoso  
NPM : 14.1.02.09244  
Program Studi : Manajemen  
Tempat/Tanggal Lahir : Surabaya, 24 Oktober 1996  
Agama : Kristen  
Jumlah Saudara/Anak ke : 2 (Dua) / 1 (Dua)  
Alamat Rumah : Jl. Granting Baru 2/42a  
Status : Belum Menikah

### B. ORANG TUA

Nama : Santoso  
Alamat Rumah/Telepon : Jl. Granting Baru 2/42a /089699077367  
Alamat Kantor/Telepon : -  
Pekerjaan/Jabatan : Swasta

### C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD di SD Negeri KAPASARI X Surabaya tahun 2008.
2. Tamat SLTP di SMP Negeri 9 Surabaya tahun 2011.
3. Tamat SLTA di SMAN Negeri 7 Surabaya tahun 2014.

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Surabaya	I-VII	2012-2016	-

### D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat/Golongan	Jabatan
-	-	-	-

Dibuat dengan sebenarnya

Nadya Oktavia Santoso

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas hidayat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DESAIN PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA OPTIK MELAWAI TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA”** dengan baik.

Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana ekonomi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Nur Fadrijh Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Ibu Dr. Triyonowati, M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya
3. Ibu Dra. Tri Yuniati, M.M selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan dorongan semangat dengan penuh kesabaran kepada saya dalam rangka penyusunan skripsi.

4. Ibu Dr. Prijati, S.E., M.M. selaku dosen wali yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan pada saat perwalian berlangsung
5. Bapak dan Ibu dosen serta para staf STIESIA Surabaya kiranya telah memberikan ilmu dan pengetahuan pada penulis, selama menimba ilmu di kampus STIESIA Surabaya.
6. Kepada kedua orang tua saya yaitu Santoso dan Agus Widyati yang selama ini selalu memberikan doa, dukungan serta bantuan kepada saya dalam menempuh pendidikan baik secara moril maupun materil.
7. Kepada keluarga tercinta yaitu Adik saya Melliana Febriyanti Santoso serta saudara-saudara dan seluruh keluarga lainnya yang selalu memberikan motivasi dan doa untuk saya agar dapat menyelesaikan pendidikan sarjana dengan baik.
8. Teman terbaik Yuan Patra Perdana yang selalu dengan sabar memberikan saya motivasi, doa serta bantuan apapun yang saya butuhkan selama proses perkuliahan hingga penyelesaian penelitian ini.
9. Kakak Fransisca Febriana yang telah meluangkan waktunya untuk mengajarkan saya tentang program SPSS 20.0. dan senantiasa memberikan ide serta saran untuk penulisan penelitian ini.
10. Sahabat-sahabat tercinta Nailil Adhawiyah, Eripka Br Sembiring, Devita Ayu, Silvi Eka, Rizky Adofa, Anta Miftakhur, Wisnoe Wardhana, John Simon, Eko



Wahyu, Amanda Prisca, Aviv Rusdiawan, Angeline Adelaide yang selalu memberikan ide, motivasi, doa serta bantuan hingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini.

11. Seluruh kawan-kawan SM-5 tercinta yang bersama-sama berjuang dalam penyelesaian perkuliahan selama ini serta yang telah memberikan dukungan serta doa pada saya dalam penyelesaian penelitian ini.

12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak memberikan bantuan dan dukungan selama proses penulisan skripsi ini saya ucapkan terima kasih.

Dalam penyusunan ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kerendahan hati pembaca untuk memberikan kritik dan saran untuk kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini memberikan manfaat dan pengetahuan bagi para pembaca, terimakasih.

Surabaya, 28 April 2018

Nadya Oktavia Santoso

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR SKRIPSI .....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM SKRIPSI .....	ii
HALAMAN JUDUL SKRIPSI .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN .....	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
ABSTRAK .....	xvii
ABSTRACT .....	xviii
<b>BAB 1 : PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 LatarBelakangMasalah .....	1
1.2 RumusanMasalah .....	9
1.3 TujuanPenelitian .....	10
1.4 ManfaatPenelitian .....	10
1.5 RuangLingkupPenelitian.....	11
<b>BAB 2 : TINJAUAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN</b>	
<b>HIPOTESIS .....</b>	<b>13</b>
2.1 Tinjauan Teoritis .....	13
2.1.1 Pemasaran .....	13
1. Pengertian Pemasaran.....	13
2. Konsep Pemasaran .....	14
2.1.2 Citra Merek .....	17
1. Pengertian Citra Merek .....	17
2. Indikator Citra Merek .....	18
3. Tujuan Digunakannya Citra Merek .....	19
4. Faktor-Faktor yang Membentuk CitraMerek .....	20
2.1.3 Produk ( <i>Product</i> ) .....	21
1. Pengertian Produk .....	21
2. Tingkatan Produk .....	22
3. Unsur Atribut Produk .....	23
2.1.4 Kualitas Produk.....	25
1. Pengertian Kualitas Produk .....	25
2. Indikator Kualitas Produk .....	25

2.1.5 Desain Produk.....	26
1. Pengertian Desain Produk .....	26
2. Tujuan Desain Produk .....	26
3. Indikator Desain Produk .....	27
2.1.6 Kualitas Pelayanan.....	27
1. Pengertian Kualitas Pelayanan .....	27
2. Indikator Kualitas Pelayanan.....	29
2.1.7 Perilaku Konsumen.....	30
1. Pengertian Perilaku Konsumen .....	30
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	31
2.1.8 Keputusan Pembelian .....	34
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	34
2. Tahap-Tahap Keputusan Pembelian.....	35
3. Indikator Keputusan Pembelian .....	37
4. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .	37
2.1.9 PenelitianTerdahulu .....	42
2.2 Rerangka Pemikiran dan Rerangka Konseptual .....	45
2.2.1 Rerangka Pemikiran.....	45
2.2.2 Rerangka Konseptual .....	47
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	47
2.3.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	48
2.3.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	49
2.3.3 Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	50
2.3.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	51
<b>BAB 3 : METODE PENELITIAN .....</b>	<b>53</b>
3.1 Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian .....	53
3.1.1 Jenis Penelitian .....	53
3.1.2 Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian .....	53
3.2 Teknik Pengambilan Sampel .....	54
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	55
3.3.1 Jenis Data .....	55
3.3.2 Sumber Data .....	55
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	56
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	56
3.4.1 Variabel.....	56
3.4.2 Devinisi Operasional Variabel.....	57

1. Citra Merek (CM).....	57
2. Kualitas Produk (KPr).....	57
3. Desain Produk (DP).....	58
4. Kualitas Pelayanan (KPel) .....	58
5. Keputusan Pembelian (KP) .....	59
3.5 Teknik Analisis Data .....	60
3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif .....	61
3.5.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen.....	61
1. Uji Validitas .....	61
2. Uji Reliabilitas.....	62
3.5.3 Analisis Regresi Linier Berganda .....	63
3.5.4 Uji Kelayakan Model.....	64
1. Uji F.....	64
2. Uji Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ ).....	64
3.5.5 Uji Asumsi Klasik.....	65
1. Uji Normalitas .....	65
2. Uji Multikolinearitas .....	65
3. Uji Heteroskedastisitas .....	66
3.5.6 Uji Hipotesis (Uji t) .....	66
<b>BAB 4 : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>69</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	69
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	69
4.1.2 Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	71
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	71
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	72
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	73
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian .....	74
4.1.3 Analisis Hasil Deskriptif Penelitian.....	74
1. Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan Citra Merek.....	75
2. Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan Kualitas Produk .....	77
3. Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan Desain Produk .....	80
4. Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan Kualitas Pelayanan .....	82
5. Analisis Tanggapan Responden Berkaitan dengan Keputusan Pembelian .....	85
4.1.4 Uji Instrumen .....	87

4.1.5 Analisis Regresi Linier Berganda .....	91
4.1.6 Uji Kelayakan Model.....	93
4.1.7 Uji Asumsi Klasik.....	96
4.1.8 Uji Hipotesis (Uji t) .....	100
4.2 Pembahasan.....	102
4.2.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	102
4.2.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	103
4.2.3 Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	103
4.2.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	104
<b>BAB 5 : PENUTUP</b> .....	105
5.1 Simpulan .....	105
5.2 Keterbatasan.....	107
5.3 Saran .....	107
JADWAL PENELITIAN.....	109
DAFTAR PUSTAKA .....	110
LAMPIRAN .....	112



## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1 PenelitianTerdahulu .....	43
2 Kelas Interval .....	60
3 Pedoman untuk Memberikan Nilai Interpretas	
4 Terhadap Reliabilitas (Alpha) .....	63
5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	71
6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	72
7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	73
8 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian .....	74
9 Kelas Interval .....	75
10 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Citra Merek.....	76
11 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Kualitas Produk .....	78
12 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Desain Produk.....	80
13 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Kualitas Pelayanan .....	83
14 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Keputusan Pembelian .....	85
15 Hasil Uji Validitas.....	88
16 Hasil Uji Reabilitas .....	91
17 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	91
18 Hasil Uji F.....	94
19 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	95
20 Hasil Uji Multikolinieritas .....	98
21 Hasil Uji Hipotesis (Uji t) .....	100

## DAFTAR GAMBAR

### Gambar Halaman

1	Proses Keputusan Pembelian .....	35
2	Rerangka Pemikiran .....	46
3	Rerangka Konseptual .....	47
4	Normal P-P Plot Of Regression .....	97
5	Scatterplot Uji Heterokedastisitas .....	99



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1 Kuisisioner .....	112
2 Tabulasi Hasil Kuisisioner .....	116
3 Frekuensi Data .....	119
4 Hasil Regresi .....	126
5 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	129
6 Grafik Normal Plot .....	131
7 Grafik Scatterplot .....	132
8 Tabel r Product Moment .....	133
9 Surat Tugas Bimbingan Penulisan Skripsi .....	135
10 Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi .....	136
11 Surat Ijin Riset .....	137
21 Surat Selesai Riset .....	138
22 Berita Acara Bimbingan Penulisan Skripsi .....	139
23 Foto Copy Sertifikat Seminar Ekuitas .....	140

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh citra merek, kualitas produk, desain produk, dan kualitas pelayanan toko Optik Melawai Pada Konsumen Tunjungan Plaza Surabaya.

Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen yang pernah melakukan pembelian di toko Optik Melawai yang berada dalam lingkungan Tunjungan Plaza Surabaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan alat bantu aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian dengan koefisien regresi sebesar 0,315 dan tingkat signifikansi 0,001. Variabel kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian dengan koefisien regresi sebesar 0,390 dan tingkat signifikansi 0,000. Selanjutnya variabel desain produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian dengan koefisien regresi sebesar 0,211 dan tingkat signifikansi 0,004. Sedangkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian dengan koefisien regresi sebesar 0,201 dan tingkat signifikansi 0,002. Secara simultan, variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000.

**Kata Kunci:** Citra Merek, Kualitas Produk, Desain Produk, Kualitas Pelayanan, dan Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

*This research aims to examine the influence of brand image, product quality, product design, and quality of service at Melawai Opticalstore to the Consumer of Tunjungan Plaza Surabaya.*

*The population in this research are the consumers who have made purchases at the Melawai Optical store which located within Tunjungan Plaza Surabaya. Sampling technique using accidental sampling with the number of the samples are 100 respondents. The analysis method used is multiple linear regression analysis with using SPSS (Statistical Product and Service Solutions) application tool.*

*The results showed that brand image has a significant and positive influence on the purchasing decisions with regression coefficient of 0.315 and significance level of 0.001. Product quality variables have a significant and positive influence on the purchasing decisions with regression coefficient of 0.390 and a significance level of 0.000. Further more, product design variables have a significant and positive influence on the purchasing decisions with regression coefficient of 0.211 and a significance level of 0.004. While service quality variables significantly and positively influence on purchasing decisions with regression coefficient of 0.201 and significance level 0.002. Simultan eously, the independent variable has a significant influence on the dependent variable with a significance level of 0.000.*

**Keywords:** *Brand image, product quality, product design, service quality, and purchase decision*