

**PENGARUH CITRA MEREK ATMOSFER DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING PADA CAFE “DE_KALOSI”**



Oleh:

**YAYAK SURYA PRAWIRA
NPM: 12.1.02.05422**

Program Studi: Manajemen

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)
SURABAYA
2016**

**PENGARUH CITRA MEREK ATMOSFER DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING PADA CAFE “DE_KALOSI”**

**Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran**



Oleh :

**YAYAK SURYA PRAWIRA
NPM : 12.1.02.05422**

Program Studi : Manajemen

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)
SURABAYA
2016**

**PENGARUH CITRA MEREK ATMOSFER DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA
CAFE “DE_KALOSI”**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**YAYAK SURYA PRAWIRA
NPM: 12.1.02.05422**

**Telah Dipertahankan Didepan Tim Penguji
Pada Tanggal 17 September 2016**

Susunan Tim Penguji :

Ketua : Dr. Hendri Sukotjo, S.E., M.M.

Anggota : 1. Winarningsih, S.H., M.M.

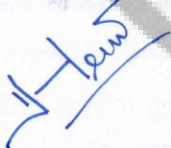
2. Dr. Anindhyta Budiarti, S.E., M.M.

Dinyatakan memenuhi syarat dan diterima

Oleh:

Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi S1 Manajemen


Dr. Hendri Sukotjo, S.E., M.M.


Dr. Triyonowati, M.Si.

Ketua STIESIA



Dr. Akhmad Riduwan, S.E., M.S.A., Ak., CA.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : YAYAK SURYA PRAWIRA

N.P.M : 12.1.02.05422

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

PENGARUH CITRA MEREK ATMOSFER DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA CAFE “DE_KALOSI”

Dan diajukan untuk diuji pada tanggal 17 September 2016, 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, 17 September 2016

Yang membuat pernyataan,



Yayak Surya Prawira

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas hidayat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Citra merek Atmosfer dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Cafe “de_Kalosi”**” 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 terlepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

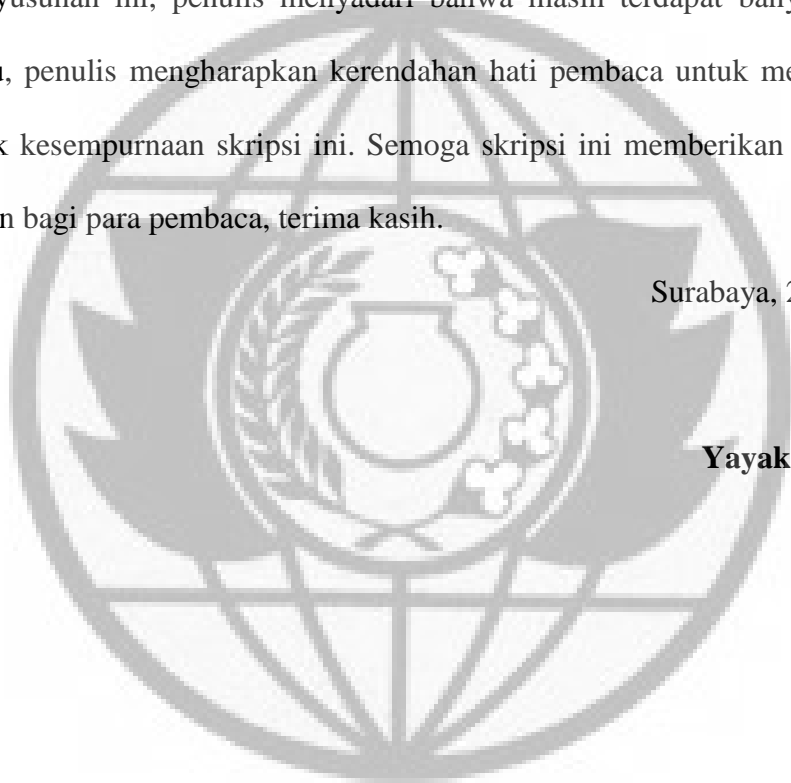
1. Bapak Dr. Akhmad Riduwan, S.E., M.S.A., Ak., CA. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Ibu Dr. Triyonowati, M. Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
3. Bapak Dr. Hendri Sukotjo, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktunya dalam membimbing dan memberi petunjuk yang bermanfaat untuk terselesaikannya skripsi ini.
4. Ibu Dr. Tri Yuniati, M.M. selaku dosen wali yang telah mendidik dan mengarahkan perkuliahan dari semester awal hingga semester akhir.
5. Bapak dan Ibu dosen, serta para staf STIESIA Surabaya yang telah memberikan banyak bekal ilmu dan teladan yang berarti selama kegiatan perkuliahan berlangsung.
6. Kepada kedua orang tua saya yang selama ini memberikan bantuan kepada saya dalam menempuh pendidikan baik secara moril maupun materil, yang selalu memberikan motivasi untuk menyelesaikan pendidikan sarjana dengan baik.

7. Rekan, sahabat dan pendamping terbaik, yang selalu memberikan doa, dukungan, dan semangat, dalam penulisan skripsi ini. Antoni, Caesar, Eldora dan semuanya. Terima kasih semangat dan dukungannya selama ini. Sukses selalu untuk kalian.
8. Rekan – rekan kelas seangkatan tahun 2012 kelas SM-3 tercinta. Dan teman – teman yang lainnya yang telah saya anggap sebagai saudara selama saya berkuliah di STIESIA Surabaya.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah 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 banyak manfaat dan pengetahuan bagi para pembaca, terima kasih.

Surabaya, 24 Agustus 2016

Yayak Surya Prawira



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.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
INTISARI	xxi
<i>ABSTRACT</i>	xxii
BAB 1 : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	8
BAB 2 : TINJAUAN TEORETIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS	9
2.1 Tinjauan Teoretis.....	9
2.1.1 Citra Merek.....	9
1. Tujuan Digunakan Merek.....	9

2. Syarat Merek	10
3. Definisi Citra Merek.....	10
4. Faktor – faktor yang Membentuk Citra Merek	11
5. Indikator – indikator yang Membentuk Citra Merek	12
2.1.2 Atmosfer.....	13
1. Definisi Atmosfer	13
2. Tujuan dalam Membuat Desain Toko yang baik	16
3. Perencanaan Ruang Toko	17
4. Indikator – indikator Atmosfer.....	17
2.1.3 Harga	17
1. Definisi Harga	17
2. Penetapan Harga.....	18
3. Tujuan Penetapan Harga	21
4. Indikator – indikator Harga	21
2.1.4 Kepuasan Pelanggan.....	23
1. Definisi Kepuasan Pelanggan.....	23
2. Konsep – konsep Kepuasan Pelanggan	24
3. Indikator – indikator Kepuasan Pelanggan	27
2.1.5 Keputusan Pembelian	28
1. Definisi Keputusan Pembelian	28
2. Peran dalam Memutuskan Pembelian	29
3. Proses Keputusan Pembelian.....	30
4. Keputusan dalam Pembelian	31

5. Indikator – indikator Keputusan Pembelian	33
2.1.6 Penelitian Terdahulu.....	34
2.2 Rerangka Pemikiran	37
2.2.1 Kerangka Konseptual Penelitian	38
2.3 Perumusan Hipotesis	38
BAB 3 : METODA PENELITIAN	40
3.1 Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian ...	40
3.1.1 Jenis Penelitian	40
3.1.2 Gambaran dari Populasi (Objek Penelitian).....	40
3.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	41
3.3 Teknik Pengumpulan Data	42
3.3.1 Sumber Data	42
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	43
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel	44
3.4.1 Variabel	44
3.4.2 Definisi Operasional Variabel	44
3.5 Teknik Analisis Data	48
3.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	49
1. Uji Validitas	49
2. Uji Reliabilitas	49
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	50
1. Uji Normalitas.....	50
2. Uji Multikolinieritas	51

3. Uji Heteroskedastisitas	51
3.5.3 Uji Kelayakan Model (Uji F)	52
3.5.4 Pengujian Hipotesis.....	52
1. Metode Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	52
a. Analisis Model 1	53
b. Analisis Model 2	54
2. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	57
3. Uji Hipotesis (Uji t)	58
BAB 4 : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	60
4.1 Hasil Penelitian.....	60
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	60
4.1.2 Gambaran Umum Subyek Penelitian	61
a. Karakteristik menurut Jenis Kelamin Responden.....	62
b. Karakteristik menurut Usia Responden	62
c. Karakteristik menurut Pekerjaan Responden	63
d. Karakteristik menurut Jumlah Pembelian	
Produk oleh Responden lebih dari 3 kali	64
e. Karakteristik menurut Pembelian Produk oleh Responden	
yang dilakukan secara berkelanjutan	65
4.1.3 Deskriptif Variabel Penelitian	66
a. Analisis Tanggapan Responden tentang Citra Merek.....	66
b. Analisis Tanggapan Responden tentang Atmosfer.....	67
c. Analisis Tanggapan Responden tentang Harga	68

d. Analisis Tanggapan Responden tentang	
Kepuasan Pelanggan	70
e. Analisis Tanggapan Responden tentang	
Keputusan Pembelian.....	71
4.2 Analisis Data	72
4.2.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	72
1. Uji Validitas	72
2. Uji Reliabilitas	74
4.2.2 Uji Asumsi Klasik	75
1. Uji Normalitas.....	75
2. Uji Multikolinieritas	79
3. Uji Heterokedastisitas	80
4.2.3 Uji Kelayakan Model (Uji F)	82
4.2.4 Pengujian Hipotesis.....	84
1. Analisis Jalur (<i>path analysis</i>).....	84
a. Analisis Regresi Model 1	86
b. Analisis Regresi Model 2	86
2. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	87
3. Uji Hipotesis (uji t)	88
1. Pengaruh Citra merek terhadap	
Kepuasan Pelanggan.....	88
2. Pengaruh Atmosfer terhadap	
Kepuasan pelanggan.....	89

3. Pengaruh Harga terhadap	
Kepuasan pelanggan.....	89
4. Kepuasan pelanggan terhadap	
Keputusan pembelian	90
5. Pengaruh secara langsung Citra merek terhadap	
Keputusan pembelian	91
6. Pengaruh secara langsung Atmosfer terhadap	
Keputusan pembelian	91
7. Pengaruh secara langsung Harga terhadap	
Keputusan pembelian	92
8. Pengaruh tidak langsung Citra merek terhadap	
Keputusan pembelian melalui Kepuasan pelanggan ...	92
9. Pengaruh tidak langsung Atmosfer terhadap	
Keputusan pembelian melalui Kepuasan pelanggan ...	93
10. Pengaruh tidak langsung Harga terhadap	
Keputusan pembelian melalui Kepuasan pelanggan ...	94
4.3 Pembahasan	95
4.3.1 Pengaruh Citra merek terhadap	
Kepuasan pelanggan	95
4.3.2 Pengaruh Atmosfer terhadap	
Kepuasan pelanggan	95
4.3.3 Pengaruh Harga terhadap	
Kepuasan pelanggan	96

4.3.4 Pengaruh Kepuasan pelanggan terhadap	
Keputusan pembelian.....	97
4.3.5 Pengaruh secara langsung Citra merek terhadap	
Keputusan pembelian.....	97
4.3.6 Pengaruh secara langsung Atmosfer terhadap	
Keputusan pembelian.....	98
4.3.7 Pengaruh secara langsung Harga terhadap	
Keputusan pembelian.....	98
4.3.8 Pengaruh tidak langsung Citra merek terhadap	
Keputusan pembelian melalui Kepuasan pelanggan	99
4.3.9 Pengaruh tidak langsung Atmosfer terhadap	
Keputusan pembelian melalui Kepuasan pelanggan	99
4.3.10 Pengaruh tidak langsung Harga terhadap	
Keputusan pembelian melalui Kepuasan pelanggan	99
BAB 5 : PENUTUP	101
5.1 Simpulan.....	101
5.2 Saran.....	103
JADWAL PENELITIAN.....	105
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN.....	109

DAFTAR TABEL

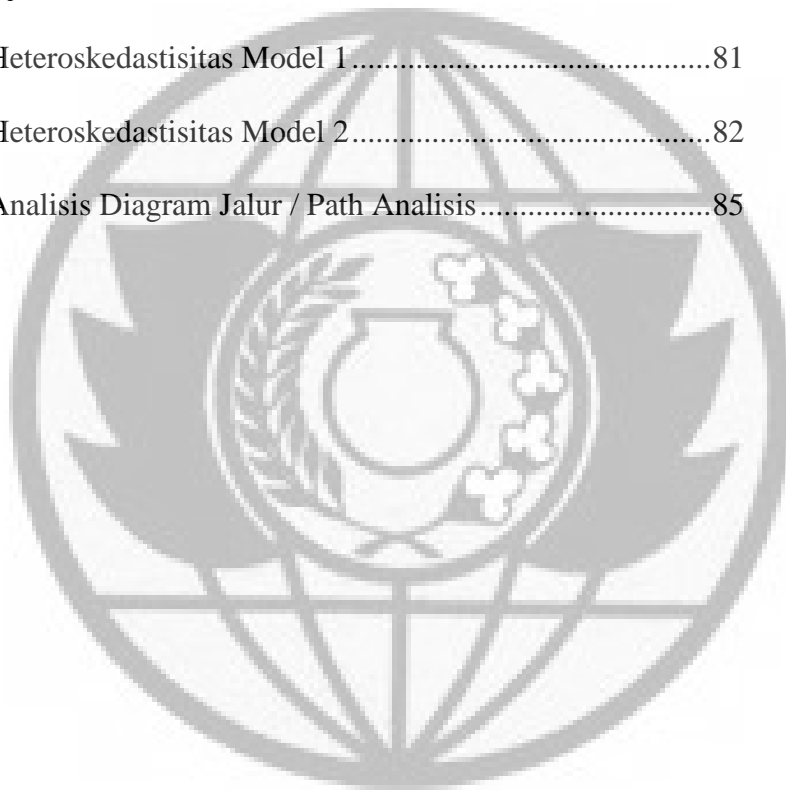
Tabel	Halaman
1. Perbandingan Penelitian Terdahulu	34
2. Karakteristik Jenis Kelamin Responden	62
3. Karakteristik Usia Responden.....	63
4. Karakteristik Pekerjaan Responden	64
5. Karakteristik Responden Pembelian lebih dari 3 kali.....	65
6. Karakteristik Responden Pembelian berkelanjutan	65
7. Distribusi Frekuensi Responden atas Citra merek	67
8. Distribusi Frekuensi Responden atas Atmosfer.....	68
9. Distribusi Frekuensi Responden atas Harga	69
10. Distribusi Frekuensi Responden atas Kepuasan pelanggan.....	70
11. Distribusi Frekuensi Responden atas Keputusan pembelian	71
12. Uji Validitas	73
13. Uji Reliabilitas	75
14. Uji Normalitas Model 1	76
15. Uji Normalitas Model 2	77
16. Uji Multikolinieritas.....	80
17. Uji Kelayakan Model 1	83
18. Uji Kelayakan Model 2	84
19. Koefisien Determinasi Model 1	87
20. Koefisien Determinasi Model 2	87
21. Analisis Regresi Pengaruh Citra merek Terhadap Kepuasan pelanggan	88

22. Analisis Regresi Pengaruh Atmosfer	
Terhadap Kepuasan pelanggan	89
23. Analisis Regresi Pengaruh Harga	
Terhadap Kepuasan pelanggan	89
24. Analisis Regresi Pengaruh Kepuasan pelanggan	
Terhadap Keputusan pembelian.....	90
25. Analisis Regresi Pengaruh secara langsung	
Citra merek terhadap Keputusan pembelian	91
26. Analisis Regresi secara langsung	
Atmosfer terhadap Keputusan pembelian.....	91
27. Analisis Regresi secara langsung	
Harga terhadap Keputusan pembelian	92



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Rerangka Pemikiran.....	37
2. Rerangka Konseptual Penelitian.....	38
3. Model Analisis Jalur	55
4. Grafik Uji Normalitas Model 1.....	78
5. Grafik Uji Normalitas Model 2.....	79
6. Grafik Heteroskedastisitas Model 1.....	81
7. Grafik Heteroskedastisitas Model 2.....	82
8. Model Analisis Diagram Jalur / Path Analisis.....	85



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuesioner	109
2. Tabulasi Hasil Kuesioner	113
3. Data Frekuensi	116
4. Uji Validitas dan Reabilitas	123
5. Hasil Regresi	125
6. Surat Pengantar ke Dosen Pembimbing	134
7. Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi	135
8. Kartu Bimbingan Penulisan Skripsi	136
9. Surat Ijin Riset dari STIESIA	137
10. Surat Keterangan Selesai Riset	138
11. Sertifikat Seminar Hasil Penelitian	139

