

HALAMAN MOTTO

Kehidupan adalah proses perjuangan dan semua butuh pengorbanan. Jadi hiduplah seperti Air Mengalir berjuang mengikuti arus alir yang sudah ditentukan takdirnya.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tuaku.
2. Pakde dan seluruh keluarganya.
3. Apri Suratun yang biasa dipanggil (Rotul) .

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of product quality, brand image and service quality on purchasing decisions for Eiger bags in Kebumen. The aim of the research is to find out how big the influence is, both partially and simultaneously. The sample data taken in this research were 100 Eiger bag consumers in Kebumen as respondents. The instrument or data collection tool in this research is using a questionnaire. The data analysis tool used in this research is multiple linear regression analysis. Data analysis techniques used include qualitative analysis and quantitative analysis consisting of validity test, reliability test, t test, F test, multiple linear regression analysis. Data were analyzed with the help of the SPSS Release 25 for Windows program. The results of the analysis prove that the first hypothesis is that product quality partially has a positive and significant influence on purchasing decisions. The results of the second hypothesis are that brand image partially has a positive and significant influence on purchasing decisions. The results prove the third hypothesis that service quality partially has a significant positive influence on purchasing decisions. The results of the fourth hypothesis are that product quality, brand image, and service quality simultaneously have a significant influence on purchasing decisions.

Keywords: *Product Quality, Brand Image, Service Quality, and Purchasing Decisions.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, citra merek, dan kualitas pelayanan, terhadap keputusan pembelian tas Eiger diKebumen. Tujuan penelitian untuk mengetahui seberapa besar pengaruh secara parsial maupun simultan. Data sampel yang diambil pada penelitian ini yaitu konsumen tas Eiger diKebumen yang berjumlah 100 sebagai responden. Instrumen atau alat pengumpulan data pada penelitian ini adalah menggunakan angket/kuesioner. Alat analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda. Teknik analisis data yang digunakan antara lain analisis kualitatif dan analisis kuantitatif yang terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, uji t, uji F, analisis regresi linier berganda. Data dianalisis dengan bantuan *program SPSS Release 25 for Windows*. Hasil analisis membuktikan bahwa hipotesis pertama bahwa kualitas produk secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian. Hasil hipotesis ke dua bahwa citra merek secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian. Hasil pembuktian hipotesis ketiga bahwa kualitas pelayanan secara parsial mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap Keputusan pembelian. Hasil hipotesis keempat citra merek, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan pembelian.

Kata kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Kualitas Pelayanan, dan Keputusan Pembelian.

KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang senantiasa melimpahkan rahmat, petunjuk dan karunia-Nya, sehingga dengan penolong-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada produk tas Eiger diKebumen. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa.

Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang didapat di bangku kuliah dengan kehidupan nyata khususnya dalam bidang ilmiah. Penulis telah menyusun skripsi ini dengan segenap kemampuan yang ada, menggunakan analisis berdasarkan teori serta bantuan beberapa literatur. Namun penulis sadar bahwa dalam penulisan skripsi ini tentulah masih banyak sekali kekurangan yang perlu diperbaiki, itu semua dikarenakan masih dangkalnya ilmu pengetahuan yang ada pada diri penulis dan oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan dengan perbaikan karya penulis dimasa yang akan datang.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang selalu memberikan bantuan baik fisik maupun motivasi dan dorongan dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Ibu Intan Muliana Rhamadhani, S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Segenap dosen dan civitas Akademika UPB Kebumen yang telah membantu dalam menyusun skripsi ini.
3. Semua responden pelanggan pada Bale Café Tradha Kebumen yang telah memberikan waktunya kepada penulis untu mengambil data yang sangat diperlukan untuk keberlangsungan penulis skripsi.
4. Apri Suratun atau Rotul yang telah memberikan bantuan materi maupun doanya.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang baik kepada semua pihak yang telah membntu dan mendukung penulis. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Kebumen, Juli 2024

Penulis,

Regita Yuwana Dwi Rahmasari

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PRAGIARISME	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Batasan Masalah	11
1.4 Tujuan Masalah	13
1.5 Manfaat Penelitian	14
1.5.1 Manfaat Teoritis	14
1.5.2 Manfaat Praktis	14
BAB II KAIAN PUSTAKA	15
2.1 Tinjauan Teori	15
2.1.1 Keputusan Pembelian	15
2.1.2 Kualitas Produk	21
2.1.3 Citra Mere	28
2.1.4 Kualitas Pelayanan	32
2.2 Penelitian Terdahulu	40

2.3 Hubungan Antar Variabel	52
2.4 Model Empiris	54
2.5 Hipotesis	54
BAB III MOTODE PENELITIAN	56
3.1 Objek dan Subyek Penelitian	56
3.1.1 Objek Penelitian	56
3.1.2 Subyek Penelitian	56
3.2 Variabel Penelitian	56
3.3 Definisi Operasional Variabel	57
3.4 Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	61
3.5 Data dan Teknik Pengumpulan Data	63
3.5.1 Jenis Data	63
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data	64
3.6 Populasi dan Sampel Penelitian	64
3.6.1 Populasi Penelitian	64
3.6.2 Sampel Penelitian	65
3.7 Teknik Analisis	67
3.7.1 Analisis Deskriptif	67
3.7.2 Analisis Statistik	68
3.8 Alat Analisis Data	68
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	77
4.1 Analisis Deskriptif	77
4.1.1 Gambaran Umum Eiger.....	77
4.1.2 Visi dan Misi	78
4.1.3 Karakteristik Responden.....	78
4.2 Analisis Statistik	81
4.2.1 Uji Validitas	81
4.2.2 Uji Reliabilitas	84
4.2.3 Asumsi Klasik	85
4.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda	87
4.3 Uji Hipotesis	89

4.4 Pembahasan	92
BAB V SIMPULAN	96
5.1 Simpulan	96
5.2 Keterbatasan	96
5.3 Implikasi	97
5.3.1 Implikasi Praktis	97
5.3.2 Implikasi Teoritis	99
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN	104
	90
	93

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I-1 Hasil Mini Riset Loyalitas Pelanggan	4
Tabel II-1 Hasil Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	49
Tabel III-1 Indikator Keputusan Pembelian pada Kuesioner	58
Tabel III-2 Indikator Kualitas Produk pada Kuesioner	59
Tabel III-3 Indikator Citra Merek pada Kuesioner	60
Tabel III-4 Indikator Kualitas Pelayanan pada Kuesioner	61
Tabel IV-1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	78
Tabel IV-2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	79
Tabel IV-3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	80
Tabel IV-4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	80
Tabel IV-5 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	82
Tabel IV-6 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	82
Tabel IV-7 Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi	83
Tabel IV-8 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan	84
Tabel IV-9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian	85
Tabel IV-10 Hasil Uji Multikolinieritas	86
Tabel IV-11 Hasil Regresi Linier Berganda	88
Tabel IV-12 Hasil Uji Hipotesis	90
Tabel IV-13 Hasil Regresi Uji Simultan	91
Tabel IV-14 Hasil Regresi Koefisien Determinasi	92

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar I-1 Top Brand Index Perlengkapan.....	8
Gambar III-1 Tahap Keputusan Pembelian Konsumen	17
Gambar III-2 Model Empiris	54
Gambar IV-1 Uji Heterokedstisitas	86
Gambar IV-2 Uji Normalitas	87

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Lampiran Kuesioner	104
2. Lampiran Data Responden	108
3. Lampiran Data Tabulasi Jawaban Responden	111
4. Lampiran Hasil Uji Validitas	121
5. Lampiran Hasil Uji Reliabilitas.....	125
6. Lampiran Hasil Uji Asumsi Klasik	126
7. Lampiran Hasil Uji Regresi Linier Berganda	127
8. Lampiran r Tabel	128
9. Lampiran t Tabel	131
10. Lampiran F Tabel	133
11. Lampiran Kartu Seminar	136
12. Lampiran Kartu Bimbingan.....	137