

HALAMAN MOTTO

Allah memang tidak menjanjikan hidupmu akan selalu mudah, tapi dua kali Allah berjanji bahwa : “*fa inna ma ‘al- ‘usri yusra, inna ma ‘al- ‘usri yusra*”

“Setiap kesulitan pasti ada kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah : 5-6)

"Bisikkanlah, terimakasih pada diri sendiri, hebat dia, terus menjagamu dan sayangimu"

(Tulus - Diri)

“Masih banyak makanan enak yang harus dicoba, serial yang harus di tamatkan, dan tempat indah yang harus dikunjungi. Mungkin bagi kita hidup menyakitkan, tapi bagi orang-orang disekeliling kita akan lebih menyakitkan kalau kita enggak hidup. Seberat apa pun keadaan, jangan menyerah ya.”

(Fiersa Besari)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, rahmat dan hidayah, sehingga penulis masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini, sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana. Walaupun jauh dari kata sempurna, namun penulis bangga telah mencapai pada titik ini, yang akhirnya skripsi ini bisa selesai diwaktu yang tepat.

Pada kesempatan kali ini, tidak lupa penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dorongan semangat sehingga Skripsi ini dapat selesai pada waktunya, antara lain kepada:

1. Kedua orang tua saya tercinta, Bapak Slamet Riyanto dan Ibu Surati. Terima kasih atas segala cinta, kasih sayang, doa, dukungan, dan pengorbanan yang telah diberikan tanpa henti. Terima kasih karena selalu mengusahakan yang terbaik, memberikan dukungan baik secara moral maupun finansial, serta selalu memprioritaskan pendidikan dan kebahagiaan penulis. Meskipun Bapak dan Ibu tidak sempat merasakan pendidikan di bangku perkuliahan, hal tersebut tidak pernah mengurangi semangat untuk memberikan kesempatan terbaik kepada penulis hingga dapat menyelesaikan pendidikan dan meraih gelar sarjana. Terima kasih telah membesarkan, mendidik, dan menemani setiap langkah penulis hingga berada di titik ini. Penulis berharap semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, kebahagiaan, umur yang panjang, serta keberkahan kepada Bapak dan Ibu agar dapat terus menyaksikan setiap keberhasilan yang akan penulis raih di masa mendatang. Terima kasih untuk segalanya.

2. Adik-adikku tercinta, Refina Dwiana Putri, Revita Triana Putri, dan Elshanum Adreena. Terima kasih atas doa, dukungan, serta semangat yang selalu kalian berikan selama proses penyusunan skripsi ini. Kehadiran kalian menjadi sumber kebahagiaan dan motivasi bagi penulis untuk terus berjuang hingga menyelesaikan pendidikan ini.
3. Dosen pembimbing saya, Bapak Joko Fitra, M.Sc.,M.M., Terimakasih atas waktu, kesabaran, dan arahan selama proses membimbing saya hingga terselesaikanya skripsi ini dengan baik dan tepat waktu, dan terimakasih untuk kritik, saran, dan motivasi yang membangun.
4. Teman seperjuangan saya Fio, Irsyad, Nabila, Farizka, Triana, terimakasih atas 4 tahun yang singkat ini dan sukses selalu dijalan kita masing-masing.
5. Terakhir, kepada diri saya sendiri, Nadia Ella Oktafia terima kasih telah bertahan, terus berjuang, dan tidak menyerah hingga mampu berada di titik ini. Sebagai anak perempuan pertama dari empat bersaudara, penulis menyadari bahwa setiap langkah yang diambil membawa tanggung jawab dan harapan yang besar. Terima kasih telah memilih untuk tetap melanjutkan pendidikan, menjalani perkuliahan sambil bekerja, serta terus mengusahakan yang terbaik untuk diri sendiri dan masa depan, meskipun tidak selalu mudah. Terima kasih karena tetap percaya bahwa setiap proses, sekecil apa pun, akan membawa penulis lebih dekat pada tujuan. Semoga pencapaian ini menjadi awal dari perjalanan yang lebih baik, menjadi kebanggaan bagi kedua orang tua, serta langkah untuk mewujudkan impian dan harapan keluarga.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Product Quality*, *Brand Image*, dan *Customer Experience* terhadap keputusan pembelian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Product Quality*, *Brand Image*, dan *Customer Experience* terhadap keputusan pembelian baik secara parsial maupun simultan. Data yang diambil dalam penelitian ini yaitu customer Roti'O yang berada di Rita Kebumen dengan jumlah 100 orang sebagai responden. Instrumen atau alat pengumpulan data pada penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis kuantitatif yang terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t, dan uji f. Data dianalisis dengan bantuan program SPSS 25 *for windows*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Product Quality* berpengaruh terhadap keputusan pembelian, *Brand Image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan *Customer Experience* berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Product Quality*, *Brand Image*, dan *Customer Experience* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Roti'O di Rita Kebumen.

Kata kunci: *Product Quality*, *Brand Image*, *Customer Experience*, Keputusan Pembelian



ABSTRACT

This study aims to examine the effect of Product Quality, Brand Image, and Customer Experience on purchasing decisions. Specifically, it seeks to determine the extent to which Product Quality, Brand Image, and Customer Experience influence purchasing decisions, both partially and simultaneously. The data were collected from 100 customers of Roti'O at Rita Kebumen using a questionnaire as the primary data collection instrument. The data were analyzed using descriptive and quantitative methods, including validity testing, reliability testing, classical assumption testing, multiple linear regression analysis, t-test, and F-test. All statistical analyses were performed using SPSS version 25 for Windows. The findings indicate that Product Quality has a significant effect on purchasing decisions. Likewise, Brand Image and Customer Experience also have significant effects on purchasing decisions. Furthermore, the results reveal that Product Quality, Brand Image, and Customer Experience simultaneously have a significant effect on purchasing decisions at Roti'O Rita Kebumen.

Keywords: *Product Quality, Brand Image, Customer Experience, Purchase Decisions.*



KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul “*Pengaruh Product Quality, Brand Image, dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Roti'O di Rita Kebumen*” tugas akhir ini disusun dan diajukan kepada Universitas Putra Bangsa sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dalam ilmu manajemen.

Tersusunnya skripsi ini tidak lepas dari peran semua pihak yang telah membantu penulis. Karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Joko Fitra, M.Sc.,M.M. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan, dan masukan selama penulisan skripsi ini.
2. Seluruh Dosen beserta staff dan karyawan Universitas Putra Bangsa dalam menyusun tugas akhir ini.
3. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang turut membantu.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penelitian ini. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan. Semoga dengan selesainya tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi seluruh orang maupun bagi peneliti selanjutnya.

DAFTAR ISI

PENGARUH <i>PRODUCT QUALITY</i> , <i>BRAND IMAGE</i> DAN <i>CUSTOMER EXPERIENCE</i> TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ROTI'O DI RITA KEBUMEN.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iii
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	iii
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAKSI.....	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	12
1.3. Batasan Masalah.....	13
1.4. Tujuan Penelitian	16
1.5. Manfaat Penelitian	16
BAB II.....	18
KAJIAN PUSTAKA.....	18

2.1.	Tinjauan Teori.....	18
2.1.1.	Keputusan Pembelian.....	18
2.1.2.	Kualitas Produk.....	22
2.1.3.	<i>Brand Image</i>	27
2.1.3.	<i>Customer Experience</i>	31
2.2	Penelitian Terdahulu	33
2.3	Hubungan Antar Variabel	37
2.4	Model Empiris.....	39
2.5	Hipotesis.....	40
BAB III.....		41
METODE PENELITIAN.....		41
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian.....	41
3.1.1.	Objek Penelitian.....	41
3.1.2.	Subjek Penelitian.....	41
3.2.	Variabel Penelitian.....	41
3.3.	Definisi Operasional Variabel.....	42
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	46
3.5.	Data dan Teknik Pengupulan Data.....	48
3.5.1.	Jenis Data	48
3.5.2.	Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.6.	Populasi dan Sampel	50
3.6.1.	Populasi	50
3.6.2.	Sampel.....	50
3.6.3.	Teknik Pengambilan Sampel.....	50
3.7.	Teknik Analisis	52

3.7.1.	Teknik Deskriptif	52
3.7.2.	Teknik Kuantitatif	52
3.8.	Alat Analisis Data	53
3.8.1.	Uji Validitas dan Reliabilitas	53
3.8.2.	Ui Asumsi Klasik	55
3.8.3.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	57
3.8.4.	Uji Hipotesis.....	57
BAB IV		61
ANALISIS DAN PEMBAHASAN		61
4.1.	Gambaran Umum Perusahaan.....	61
4.2.	Analisis Deskriptif	62
4.3.	Analisis Statistik.....	66
4.4.	Pembahasan.....	79
BAB V		83
SIMPULAN		83
5.1.	Simpulan	83
5.2.	Keterbatasan.....	84
5.3.	Implikasi.....	85
DAFTAR PUSTAKA		90
LAMPIRAN		94

DAFTAR TABEL

Tabel I-1 Pesaing Roti'O di Rita Kebumen	5
Tabel I-2 Hasil Observasi Awal Mengenai Pertimbangan Konsumen dalam Membeli Roti'O di Rita Kebumen	6
Tabel I-3 Jumlah Followers Intagram Brand menjual Coffee Bun.....	9
Tabel II-1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	36
Tabel III-1 Indikator Variabel Product Quality	43
Tabel III-2 Indikator Variabel <i>Brand Image</i>	44
Tabel III-3 Indikator Variabel Customer Experience	45
Tabel III-4 Indikator Variabel Keputusan Pembelian.....	46
Tabel IV-1 Karakteristik Berdasarkan Alamat	62
Tabel IV-2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	64
Tabel IV-3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	65
Tabel IV-4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	66
Tabel IV-5 Hasil Uji Validitas Variabel Product Quality	67
Tabel IV-6 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Image.....	68
Tabel IV-7 Hasil Uji Validitas Variabel Customer Experience	68
Tabel IV-8 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	69
Tabel IV-9 Hasil Uji Reliabilitas	70
Tabel IV-10 Hasil Uji Kolmogorov	71
Tabel IV-11 Hasil Uji Multikolineritas.....	72
Tabel IV-12 Hasil dari Analisis Regresi Linear Berganda	74
Tabel IV-13 Hasil Uji Parsial (Uji T)	76
Tabel IV-14 Hasil Uji Simultan (Uji F)	78
Tabel IV-15 Hasil Uji Koefisien Determinasi	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar I - 1 Presentase Top Brand Coffee Bun Tahun 2025	3
Gambar I - 2 Data Penjualan Roti'O di Rita Kebumen	7
Gambar II - 1 Tahapan Pengambilan Keputusan	20
Gambar II - 2 Model Empiris	39
Gambar IV- 1 Uji Heterokedastisitas	73



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	94
Lampiran 2 Data Responden.....	98
Lampiran 3 Tabulasi	101
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	111
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas	116
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik	117
Lampiran 7 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	119
Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis.....	120
Lampiran 9 Tabel r.....	121
Lampiran 10 Tabel t.....	125
Lampiran 11 Tabel f.....	128
Lampiran 12 Kartu Bimbingan	131
Lampiran 13 Kartu Seminar.....	132

