



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, HARGA
DAN LOKASI TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN (STUDI KASUS PELANGGAN MEREK LEVI'S)**

SKRIPSI

RURY ANDRIANI PANGESTU

1310111167

PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

2017



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, HARGA
DAN LOKASI TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN (STUDI KASUS PELANGGAN MEREK LEVI'S)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi**

RURY ANDRIANI PANGESTU

1310111167

PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

2017

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Rury Andriani Pangestu

NIM. : 1310111167

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 6 Juli 2017

Yang Menyatakan



Rury Andriani Pangestu

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rury Andriani Pangestu
NIM. : 130111167
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen S1
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Lokasi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian (Studi Kasus pelanggan Merek Levi’s)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 6 Juli 2017

Yang Menyatakan,



Rury Andriani Pangestu

PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, HARGA DAN LOKASI TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PELANGGAN MEREK LEVI'S)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

RURY ANDRIANI PANGESTU
1310111167

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
pada tanggal : 6 Juli 2017
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Tati Handayani., SE, M.M.
Ketua Penguji



Drs. Nobelson., M.M.
Penguji I (Pembimbing I)

Jenji Gunaedi Argo., S.E., M.M.
Penguji II (Pembimbing II)

Dr. Prasetyo Hadi., S.E., M.M., CFMP.
Dekan

Wahyudi., S.E., M.M.
Ketua Program Studi

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 6 Juli 2017



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GENAP TA. 2016/2017

Hari ini Kamis , tanggal 06 Juli 2017, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : RURY ANDRIANI PANGESTU

No.Pokok Mahasiswa : 1310111167

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PELANGGAN MEREK LEVI'S)**

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* *)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Tati Handayani, SE, MM	Ketua	1.
2	Drs. Nobelson, MM	Anggota I	2.
3	Jenji Gunacdi Argo, SE, MM	Anggota II **	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

***) Dosen Pembimbing

Jakarta, 06 Juli 2017
Mengesahkan
A. DEKAN
Kaprosdi Manajemen S.1

Wahyudi, SE, MM

Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga Dan Lokasi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pelanggan Merek Levi's)

Oleh

Rury Andriani Pangestu

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, citra merek, dan lokasi terhadap keputusan pembelian pakaian merek Levi's. Dalam penelitian ini populasi dan sampel yang digunakan 70 responden pada pengunjung Cinere Bellevue Mall, pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisisioner. Teknik penentuan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kualitas produk memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.544. (2) harga memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien jalur sebesar -2.945. (3) citra merek memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien jalur -0,162. (4) lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien jalur 4.600.

Kata kunci : Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, Lokasi, Keputusan Pembelian.

**The Influence of Product Quality, Brand Image, Price And
Location Against Purchase Decision
(Case Study of Levi's Customer Customers)**

By

Rury Andriani Pangestu

Abstract

This research is a quantitative research that aims to determine the effect of product quality, price, brand image, and location to the decision of purchasing Levi's brand clothing. In this study population and sample used 70 respondents at Cinere Bellevue Mall visitors, data collection was done through questionnaire penyebran. Sampling technique using non probability sampling with purposive sampling technique. The analysis technique used is multiple linier regression analysis method. The results of this study indicate that (1) product quality has an insignificant influence on purchasing decisions with the coefficient value of 0.544. (2) price has insignificant effect to purchase decision with coefficient value of path equal to -2.945. (3) brand image has an insignificant influence on the decision of purchase with coefficient value of -0.162. (4) location has significant influence on purchasing decision with coefficient value of line 4,600.

Keywords: Product Quality, Price, Brand Image, Location, Purchase Decision

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Tuhan yang Maha Esa, yang telah senantiasa melimpahkan Rahmat dan Hidayah-NYA sehingga Skripsi ini berhasil diselesaikan dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga Dan Lokasi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pelanggan Merek Levi’s)”.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada bapak Drs. Nobelson, M.M. dan Jenji Gunaedi, SE, M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan arahan dan saran-saran yang sangat bermanfaat.

Di samping itu, ucapan terimakasih juga disampaikan kepada ayah, dan ibu serta seluruh keluarga yang tak henti-hentinya memberikan semangat dan doa kepada penulis. Penulis juga menyampaikan terimakasih kepada teman-teman yang telah membantu dalam penulisan usulan penelitian ini.

Semoga Skripsi ini bermanfaat.

Jakarta, 6 Juni 2017

Rury Andriani Pangestu

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	iv
PENGESAHAN	v
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTER GAMBAR	xiv
DAFTER LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Rumusan Masalah	4
I.3 Tujuan Penelitian.....	5
I.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
II.1 Penelitian Sebelumnya	6
II.2 Landasan Teori	9
II.2.1 Pemasaran.....	9
II.2.1.1 Definisi Pemasaran	9
II.2.1.2 Strategi Pemasaran	10
II.2.1.3 Elemen Strategi Pemasaran	10
II.2.2 Perilaku Konsumen	11
II.2.2.1 Definisi Perilaku Konsumen.....	11
II.2.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	11
II.2.3 Keputusan Pembelian	13
II.2.3.1 Definisi Keputusan Pembelian	13
II.2.3.2 Proses Keputusan Pembelian.....	14
II.2.3.3 Tahap-tahap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	15
II.2.3.4 Teknik Pendekatan untuk Mempengaruhi Keputusan Konsumen ..	16
II.2.4 Kualitas Produk	17
II.2.4.1 Definisi Kualitas Produk	17
II.2.4.2 Dimensi Kualitas Produk.....	18
II.2.4.3 Tujuan Produk	18
II.2.4.4 Klasifikasi Produk	19
II.2.4.4 Level Produk	19
II.2.4.5 Pengembangan Produk	20
II.2.5 Harga	21
II.2.5.1 Definisi Harga	21
II.2.5.2 Peranan Harga.....	22

II.2.5.3	Penetapan Harga	22
II.2.5.4	Faktor-Faktor dalam Penetapan Harga	23
II.2.5.5	Metode Penetapan Harga	25
II.2.6	Pengertian Merek	27
II.2.6.1	Tujuan Merek	27
II.2.6.2	Citra Merek	28
II.2.7	Lokasi	28
II.2.7.1	Pengertian Lokasi	29
II.2.7.2	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Lokasi	29
II.2.7.3	Pemilihan Lokasi	30
II.3	Kerangka Pemikiran	31
II.4.3	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan pembelian	33
II.4.4	Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	33
BAB III	METODE PENELITIAN	34
III.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	34
III.1.1	Definisi Operasional	34
III.1.2	Pengukuran Variabel	35
III.2	Penentuan Populasi dan Sampel	35
III.2.1	Populasi	35
III.2.2	Sampel	35
III.2.2.1	Tekhnik Pengambilan Sampel	36
III.3	Tekhnik Pengumpulan Data	36
III.3.1	Jenis Data	36
III.3.2	Sumber Data	36
III.3.3	Pengumpulan Data	36
III.4	Tekhnik Analisis dan Uji Hipotesis	37
III.4.1	Tekhnik Analisis Data	38
III.4.1.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	38
III.4.1.2	Uji Asumsi Klasik	39
III.4.2	Uji Hipotesis	39
III.4.2.1	Uji T	39
III.4.2.2	Analisis Regresi Berganda	40
III.5	Kerangka Model Penelitian	41
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	42
IV.1	Hasil Penelitian	42
IV.1.1	Deskripsi Objek Penelitian	42
IV.2	Deskripsi Data Penelitian	44
IV.3	Uji Kualitas Data	44
IV.3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	44
IV.3.1.1	Uji Validitas	44
IV.3.1.2	Uji Reliabilitas	49
IV.4	Analisis Data Dan Pengujian Hipotesis	49
IV.4.1	Uji Normalitas	49
IV.4.2	Uji Heterokedastisitas	51
IV.4.3	Uji Multikorelasi	51
IV.4.4	Uji Linieritas	52

IV.5	Uji T (Parsial)	54
IV.6	Model Regresi Berganda	55
IV.8	Pembahasan	56
IV.9	Keterbatasan Penelitian	57
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	58
V.1	Simpulan.....	58
V.2	Saran	58
	DAFTAR PUSTAKA	60
	RIWAYAT HIDUP	
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Rating Pakaian Merek Levi's	3
Tabel 2.	Matriks Penelitian Sebelumnya	9
Tabel 3.	Operasional Variabel	35
Tabel 4.	Skala Likert	37
Tabel 5.	Kisi-kisi Instrumen	37
Tabel 6.	Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha.....	38
Tabel 7.	Data Responden.....	44
Tabel 8.	Data Responden.....	44
Tabel 9.	Hasil Perhitungan Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	45
Tabel 10.	Hasil Perhitungan Uji Validitas Variabel Harga	46
Tabel 11.	Hasil Perhitungan Uji Validitas Variabel Citra Merek.....	46
Tabel 12.	Hasil Perhitungan Uji Validitas Variabel Lokasi	47
Tabel 13.	Hasil Perhitungan Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	48
Tabel 14.	Hasil Perhitungan Reliabilitas	49
Tabel 15.	Normality Kolmogorov-Smirnova	50
Tabel 16.	Hasil Uji Multikorelasi	51
Tabel 17.	Uji Linieritas Kualitas Produk Dan Keputusan Pembelian	52
Tabel 18.	Uji Linieritas Harga Dan Keputusan Pembelian	53
Tabel 19.	Uji Linieritas Citra Merek Dan Keputusan Pembelian.....	53
Tabel 20.	Uji Linieritas Lokasi Dan Keputusan Pembelian	54
Tabel 21.	Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji Statistik T).....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model Lima Tahap Proses Pembelian.....	15
Gambar 2. Kerangka Pemikiran	32
Gambar 3. Kerangka Model Penelitian.....	41
Gambar 4. Normalitas P-Plot	50
Gambar 5. Hasil Uji Heterokedatisitas	51

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuisisioner
- Lampiran 2 Bobot Butir Kuesioner 30 Responden
- Lampiran 3 Hasil Perhitungan Uji Validitas
- Lampiran 4 Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas
- Lampiran 5 Bobot Butir Kuesioner 70 Responden
- Lampiran 6 Hasil Perhitungan Uji Normalitas
- Lampiran 7 Hasil Perhitungan Uji Heterokedastisitas
- Lampiran 8 Uji Multikorelasi
- Lampiran 9 Hasil Perhitungan Uji Linieritas
- Lampiran 10 R Table
- Lampiran 11 T Tabel