

**PENGARUH CITRA MEREK, DESAIN PRODUK DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK NEVADA DI
PT MATAHARI DEPARTMENT
STORE TBK**

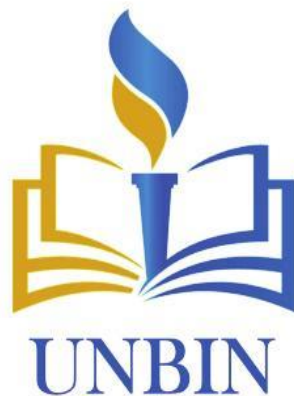
SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS-TUGAS DAN MEMENUHI
SALAH SATU SYARAT GUNA MEMPEROLEH GELAR SARJANA
MANAJEMEN**

O L E H :

MUHAMMAD RIKI YADI

NPM : S1-0218.248



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA**

2022

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA**

PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL : PENGARUH CITRA MEREK, DESAIN PRODUK DAN
 KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
 PEMBELIAN PRODUK NEVADA DI PT MATAHARI
 DEPARTMENT STORE TBK

OLEH : MUHAMMAD RIKI YADI

NPM : S1-0218.248

PENGUJI I

PENGUJI II

(WARTOYO HADI,SE.,MM)

(DIMAS AD,S.Pi.,M.Sc)

PEMBIMBING I

PEMBIMBING II

(YUSTIANA WARDHANI,S.Hut.,MM)

(HIRAYANTI,Dra.,MM.,M.Si)

REKTOR

UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA

(Dr. ISMULYANA DJAN, SE, MM)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT. alhamdulillah atas segala limpahan berkah, rahmat dan hidayah-Nya. Sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nevada Di PT Matahari Department Store Tbk”**.

Skripsi ini peneliti susun untuk memenuhi salah satu persyaratan guna meraih gelar Sarjana pada Pogram Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia.

Dalam penyusunan skripsi ini peneliti banyak mendapatkan bimbingan, dorongan, dan bantuan dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Untuk itu peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak. Dr. Ismulyana Djan, SE, MM., selaku Rektor Universitas Binaniaga Indonesia.
2. Bapak. Dr. Yuli Anwar, SE, M.Ak., selaku Wakil Rektor I, Bapak. Dedy Mulyadi, S.Si. M.Kom., selaku Wakil Rektor II dan Ibu Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia.
3. Ibu Yustiana Wardhani, S.Hut, MM., selaku dosen pembimbing I dan Ibu Hirayanti, Dra., MM., M.Si selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan arahan tentang teknik penulisan skripsi ini.

4. Kedua orang tua tercinta, Bapak Cecep dan Ibu Inah, yang tak pernah berhenti mendo'akan dan memberikan semangat, bimbingan serta dukungannya.
5. Seluruh Dosen dan Staf Universitas Binaniaga Indonesia yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah memberikan ilmu dan pembelajaran kepada penulis selama masa perkuliahan.
6. Kakak tercinta Ariyani dan Anggota Keluarga lainnya yang tak berhenti untuk terus mendo'akan dan selalu memberikan motivasi. Sahabat tercinta Alemong Family, Ex Kasir Mds Kebun Raya Bogor 320, Kasir Mds Cibinong City Mall Bogor 254 yang tidak dapat disebutkan satu-persatu. Teman-teman Strata-I Manajemen Angkatan 2018 khususnya kelas B3 Malam yang telah banyak membantu selama masa perkuliahan, terutama kepada teman-teman terdekat saat ini di Ruang Kita Rumah Kita, yang tidak bisa disebutkan satu-persatu yang sudah banyak membantu, terima kasih sudah ingin berjuang bersama-sama,.
7. Bunda Dian Isradiana selaku *Store Manager* dan Ibu Nuning Komariah selaku *SPV Chasier* di Mds Cibinong City Mall Bogor yang telah mengijinkan dan membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Peneliti menyadari, bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu peneliti membutuhkan masukan dan saran untuk membangun skripsi yang sangat diharapkan. Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Bogor, Desember 2022

Peneliti

DAFTAR ISI

	Halaman
PENGESAHAN SKRIPSI	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	10
C. Pembatasan Masalah	11
D. Rumusan Masalah	11
E. Tujuan Penelitian	12
F. Kegunaan Penelitian.....	13
G. Sistematika Penelitian	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
A. Pengertian Manajemen Pemasaran	16
B. Citra Merek	21
C. Desain Produk	30
D. Kualitas Pelayanan	34

E. Keputusan Pembelian.....	36
F. Penelitian Terdahulu	43
G. Kerangka Pemikiran.....	47
H. Hipotesis Penelitian.....	50
BAB III METODE PENELITIAN.....	51
A. Metode Penelitian.....	51
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	52
C. Populasi dan Sampel	52
D. Jenis dan Sumber Data	55
E. Operasional Variabel	56
F. Metode Pengambilan Data	57
G. Teknik Analisis Data.....	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	70
A. Gambaran Umum Tempat Penelitian	70
B. Profil Responden	77
C. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Skor Kuesioner	82
D. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	88
E. Analisis Statistik Deskriptif.....	94
F. Hasil Analisis Koefisien Korelasi Berganda.....	99
G. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	99
H. Hasil Uji Hipotesis	101
I. Hasil Analisis Koefisien Determinasi	105

J. Pembahasan Hasil Penelitian.....	106
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	114
A. Kesimpulan.....	114
B. Saran.....	115
DAFTAR PUSTAKA	116

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 <i>Top Brand Index</i> Kategori Celana Jeans	7
Tabel 2 Data Pendapatan Penjualan Produk Nevada di PT. Matahari Department Store Tbk Cibinong City Mall Bogor	9
Tabel 3 Penelitian Terdahulu	43
Tabel 4 Operasional Variabel	56
Tabel 5 Metode Pengambilan Data	58
Tabel 6 Kriteria Rata – rata Jawababn Responden Terhadap Kuesioner	64
Tabel 7 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	65
Tabel 8 Profil Responden : Jenis Kelamin.....	78
Tabel 9 Profil Responden : Domisili.....	78
Tabel 10 Profil Responden : Usia	79
Tabel 11 Profil Responden : Pendidikan.....	80
Tabel 12 Profil Responden : Pembelanjaan Produk.....	80
Tabel 13 Profil Responden : Pekerjaan	81
Tabel 14 Profil Responden : Pendapatan	81
Tabel 15 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (X1).....	83
Tabel 16 Hasil Uji Validitas Variabel Desain Produk (X2).....	84
Tabel 17 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X3).....	84
Tabel 18 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	85
Tabel 19 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek (X1)	87
Tabel 20 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Desain Produk (X2).....	87

Tabel 21 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X3).....	88
Tabel 22 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	88
Tabel 23 Hasil Pengujian Multikolinearitas.....	93
Tabel 24 Kriteria Rata – rata Jawababn Responden Terhadap Kuesioner.....	95
Tabel 25 Distribusi frekuensi Citra Merek (X1).....	95
Tabel 26 Distribusi frekuensi Desain Produk (X2).....	96
Tabel 27 Distribusi frekuensi Kualitas Pelayanan (X3).....	97
Tabel 28 Distribusi frekuensi Keputusan Pembelian (Y)	98
Tabel 29 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	99
Tabel 30 Hasil Uji Analisis Koefisien Korelasi Berganda.....	100
Tabel 31 Hasil Uji Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian ...	102
Tabel 32 Hasil Uji Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	103
Tabel 33 Hasil Uji Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	104
Tabel 34 Hasil Uji Signifikansi Simultan	104
Tabel 35 Hasil Uji Koefisien Determinasi	106

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Piramida <i>Brand Awareness</i>	23
Gambar 2 Bagan Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen.....	40
Gambar 3 Kerangka Pemikiran.....	49
Gambar 4 Logo PT Matahari Department Store Tbk.....	70
Gambar 5 Struktur Organisasi PT. Matahari Department Store Tbk Cibinong City mall.....	74
Gambar 6 Grafik Normal P-P Regression Standardized Probability Plot.....	89
Gambar 7 Hasil Uji Linearitas X1 terhadap Y.....	90
Gambar 8 Hasil Uji Linearitas X2 terhadap Y.....	91
Gambar 9 Hasil Uji Linearitas X3 terhadap Y.....	92
Gambar 10 Grafik Scatterplot Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	94

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	120
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas	128
Lampiran 3 Hasil Uji Reliabilitas	132
Lampiran 4 Tabulasi Data Mentah.....	135
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	160
Lampiran 6 Hasil Uji Hipotesis	163