

# SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *SERVICE QUALITY*, *PRICE* DAN  
*PROMOTION* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SAAT  
PANDEMI COVID-19  
(Studi Kasus Pada Pelanggan Kober Mie Setan Cabang Ponti Sidoarjo)**



Oleh :

**PUTRI RAHAYU NINGSIH**  
NBI : 1211700033

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2021**

SKRIPSI

**"PENGARUH *BRAND IMAGE*, *SERVICE QUALITY*, *PRICE* DAN  
*PROMOTION* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SAAT  
PANDEMI COVID-19"**

**(Studi Kasus Pada Pelanggan Kober Mie Setan Cabang Ponti Sidoarjo)**



Oleh :

**Putri Rahayu Ningsih**

**1211700033**

**FAKULTAS EKONOMI & BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2021**

## LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING

---

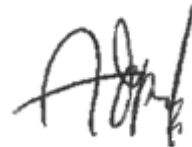
---

Nama Lengkap : PUTRI RAHAYU NINGSIH  
NBI : 1211700033  
Angkatan : 2017  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image*, *Service Quality*, *Price* dan *Promotion* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Saat Pandemi Covid-19 (Studi Pada Pelanggan Kober Mie Setan Cabang Ponti Sidoarjo)

Surabaya, 23 Juni 2021

Mengetahui / Menyetujui

Dosen Pembimbing



Dra. Ec. IA. Nuh Kartini, SE, MM




**LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI**

**LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI**

**LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI**

Dipertahankan di depan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal

**TIM PENGUJI**

- |                                    |         |                                                                                      |
|------------------------------------|---------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Dr.Hj.Sri Mijannah, MBA.,Ph.D   | Ketua   |    |
| 2. Dra. Ee I A Nuh Kartini, MM     | Anggota |   |
| 3. Dr.Dra.Ec. Endah Budiarti, M.Si | Anggota |  |

Mengesahkan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA  
No. Telp. 20.93.0319

## LEMBAR SURAT PERNYATAAN ANTI PELAGIAT

### LEMBAR SURAT PERNYATAAN ANTI PELAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

1. Nama Lengkap (KTP) : Putri Rahayu Ningsih
2. NBI : 1211700033
3. Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK : 3515154602990001
6. Alamat Rumah : Prasung Tamba rt.10 rv.04 Buduran,  
Sidoarjo

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :

*Pengaruh Brand Image, Service Quality, Price dan Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Pada Saat Pandemi Covid-19 (Studi Pada Pelanggan Kedai Kober Mie Setan Cabang Ponti Sidoarjo).*

Adalah benar-benar hasil rencana, tulisan dan pemikiran saya sendiri dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Sripsi, Tesis, maupun Disertasi.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika kemudian hari ternyata terbukti bahwa skripsi yang saya tulis adalah hasil plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan dosen pembimbing dan kelembagaan Fak. Ekonomi Dan Bisnis Untag Surabaya.

Surabaya , ..... 23 Juni ..... , 2021

Yang membuat,



(.....)

LEMBAR SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI



UNIVERSITAS  
17 AGUSTUS 1945  
SURABAYA

**BADAN PERPUSTAKAAN**  
Jl. Semolowaru 45 Surabaya  
Tlp. 031 593 1800 (ex.311)  
Email : perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,  
Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Putri Rahayu Ningih  
NBI : 1211700033  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Jenis Karya : Tugas Akhir (Skripsi) Tesis/Disertasi/Laporan Penelitian/Makalah

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk  
memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus  
1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive  
Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul :  
"Pengaruh Brand Image, Service Quality, Price dan Promotion terhadap  
Keputusan Pembelian Pada Saat Pandemi Covid-19"  
(Studi Kasus Pada Pelanggan Kober Nive Selain Cabang Panti Sidoarjo)

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive  
Royalty-Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus  
1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau  
memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data  
(database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Pada Tanggal : 1 Nover 2022

Yang Menyatakan,



(.....)  
Putri Rahayu Ningih

## KATA PENGANTAR

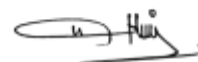
Puji syukur saya ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya, sehingga saya diberikan kesempatan untuk melanjutkan pendidikan Program Sarjana Ekonomi dan dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Image, Service Quality, Price Dan Promotion* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Saat Pandemi Covid-19 (Studi Pada Pelanggan Kober Mie Setan Cabang Ponti Sidoarjo)”. Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Ibu Dra. Ec. IA. Nuh Kartini, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah begitu baik meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingannya, masukan dan kritik yang sangat berharga, dengan penuh perhatian dan kesabaran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Bapak Prof.Dr.Drs.Mulyanto Nugroho,MM,CMA,CPA selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Bapak Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
4. Ibu Dr. Ulfi Pristiana, M.S. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
5. Ibu Dr.Hj.Siti Mujanah, MBA.,Ph.D selaku Dosen Penguji yang telah meluangkan waktunya untuk menguji saya pada sidang skripsi dan telah memberikan kritikan dan masukan terhadap skripsi saya.
6. Ibu Dr. Endah Budiarti, M.Si selaku Dosen Penguji yang telah meluangkan waktunya untuk menguji saya pada sidang skripsi dan telah memberikan kritikan dan masukan terhadap skripsi saya.
7. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan ilmunya selama penulis melakukan perkuliahan.

8. Karyawan Tu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah membantu saya dalam proses pembuatan surat ijin melakukan penelitian untuk diberikan ke perusahaan.
9. Rumah makan Kober Mie Setan Cabang Ponti Sidoarjo, yang telah membantu penulis dengan mengizinkan penelitian disana serta memberikan data-data guna melengkapi penelitian penulis.
10. Kedua orangtua saya tercinta, Bapak Nasirin dan Ibu Dewi Zahroh yang telah memberikan kasih sayang, doa yang tulus serta dukungan dan dorongan baik secara moril maupun materi kepada penulis.
11. Teman ngopi ku Atul, Maru'fah, Dewi, Puput, Pipit, Ima, Riduwan, Taufik, Bima yang selalu menjadi tempat keluh kesah, memberikan semangat serta canda tawa disaat penulis ingin menyerah.

Dengan segala kelebihan dan kekurangan yang ada, saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan penulis terbuka menerima saran dan kririk untuk perbaikan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi saya dan para pembaca. Trima kasih.

Surabaya, 21 Juni 2021



Penulis



## ABSTRAK

Permasalahan yang dikaji adalah apakah ada pengaruh *brand image*, *service quality*, *price* dan *promotion* terhadap keputusan pembelian pada saat pandemi covid-19 di kober mie setan cabang ponti sidoarjo. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan adanya pengaruh dari *brand image*, *service quality*, *price* dan *promotion* terhadap keputusan pembelian di Kober Mie Setan Cabang Ponti Sidoarjo pada saat pandemi covid-19. Dalam penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif & kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen dari Kober Mie Setan Cabang Ponti Sidoarjo. Responden yang terlibat dalam penelitian sebanyak 100 sampel. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran kuesioner. Uji instrumen dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas dengan dilengkapi uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas, sedangkan untuk analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil dari analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan diperoleh hasil yaitu  $Y = 0,056 + 0,148 X_1 + 0,278 X_2 + 0,318 X_3 + 0,253 X_4$ . Variabel independen yang paling berpengaruh terhadap variabel dependen adalah variabel *price* (0,318) diikuti oleh variabel *service quality* (0,278), kemudian variabel *promotion* (0,253), dan terakhir adalah variabel *brand image* (0,148). Hasil uji t membuktikan bahwa semua variabel independen (*brand image*, *service quality*, *price* dan *promotion*) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) diperoleh sebesar 0,665 atau 66,5 persen. Hal ini menunjukkan bahwa 66,5% variabel Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh variabel *Brand Image*, *Service Quality*, *Price* dan *Promotion*, sedangkan sisanya sebesar 33,5 persen merupakan kontribusi variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

**Kata kunci:** *brand image, service quality, price, promotion*, keputusan pembelian

## ***ABSTRACT***

The problem studied is whether there is an influence of brand image, service quality, price and promotion on purchasing decisions during the covid-19 pandemic in Kober Mie Setan, Ponti Sidoarjo branch. This study aims to prove the influence of brand image, service quality, price and promotion on purchasing decisions at Kober Mie Setan, Ponti Sidoarjo Branch during the covid-19 pandemic. In this study using a qualitative & quantitative approach. The population in this study were consumers from Kober Mie Setan, Branch Ponti Sidoarjo. Research as many as 100 samples. In this study using a quantitative approach. The data collection method used is the distribution of questionnaires. The instrument test in this study uses a validity test and a reliability test equipped with a classical assumption test consisting of multicollinearity test, normality test and heteroscedasticity test, while for data analysis using multiple linear regression analysis.

The results of the multiple linear regression analysis that have been carried out are obtained, namely  $Y = 0,056 + 0,148 X_1 + 0,278 X_2 + 0,318 X_3 + 0,253 X_4$ . The most influential independent variable on the dependent variable is the price variable (0,318) followed by the service quality variable (0,278), then the promotion variable (0,253), and the last is the brand image variable (0,148). The results of the t test prove that all independent variables (brand image, service quality, price and promotion) have a positive influence on the dependent variable, namely purchasing decisions. The coefficient of determination ( $R^2$ ) is 0,665 or 66,5 percent. Purchases are influenced by the brand image, service quality, price and promotion variables, while the remaining 33,5 percent is the contribution of other variables that are not discussed in this study.

**Key word: brand image, service quality, price, promotion, purchasing decisions.**

## RINGKASAN

Saat ini Indonesia sedang menghadapi pandemi Covid-19. Pandemi ini memberikan dampak pada beberapa sektor di Indonesia, salah satunya yaitu pada sektor kuliner. Banyak pebisnis kuliner dan pemilik rumah makan yang menutup usahanya untuk sementara waktu bahkan mengalami kebangkrutan akibat pandemi ini. Meskipun demikian, bisnis kuliner tetap menjadi salah satu bisnis yang banyak diminati oleh masyarakat, sebab mempunyai kecenderungan yang terus meningkat. Dikarenakan pandemi, persaingan antar bisnis kuliner menjadi semakin tajam. Saat ini banyak produsen makanan mengeluarkan berbagai macam ide kreatif untuk mempertahankan bisnisnya. Kober mie setan merupakan salah satu bisnis makanan yang mampu bertahan di tengah pandemi dan persaingan antar bisnis yang mempunyai produk sejenis. Meskipun kober mie setan tetap ramai dikunjungi, tidak dipungkiri bahwa terjadi penurunan penjualan selama pandemi covid-19.

Judul skripsi “pengaruh *Brand Image*, *Service Quality*, *Price* dan *Promotion* terhadap keputusan pembelian di Kober Mie Setan Cabang Ponti Sidoarjo pada saat pandemi Covid-19”. Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu Apakah *Brand Image*, *Service Quality*, *Price* dan *Promotion* berpengaruh terhadap keputusan Pembelian pada saat Pandemi Covid-19 di Kober Mie Setan cabang Ponti Sidoarjo. Sedangkan tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah membuktikan adanya pengaruh dari *brand image*, *service quality*, *price* dan *promotion* terhadap keputusan pembelian di Kober Mie Setan Cabang Ponti Sidoarjo pada saat pandemi covid-19.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini meliputi teori manajemen pemasaran, bauran pemasaran, *Brand Image*, *Service Quality*, *Price*, *Promotion* dan keputusan pembelian. Sedangkan untuk hipotesisnya adalah *Brand Image*, *Service Quality*, *Price* dan *Promotion* berpengaruh secara parsial/simultan terhadap

keputusan Pembelian. Dalam penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif & kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen dari Kober Mie Setan Cabang Ponti Sidoarjo. Responden yang terlibat dalam penelitian sebanyak 100 sampel. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran kuesioner. Uji instrumen dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas dengan dilengkapi uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas, sedangkan untuk analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *price* mempunyai pengaruh paling dominan dengan nilai beta sebesar 0,318 dan sig sebesar 0,001, diikuti oleh variabel *service quality* dengan nilai beta sebesar 0,278 dan sig sebesar 0,002, kemudian variabel *promotion* dengan nilai beta sebesar 0,253 dan sig sebesar 0,013, dan terakhir adalah variabel *brand image* dengan nilai beta sebesar 0,148 dan sig sebesar 0,036.

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Brand Image*, *Service Quality*, *Price* dan *Promotion* berpengaruh signifikan baik secara parsial ataupun simultan terhadap keputusan pembelian pada saat pandemi covid-19 di kober mie setan cabang ponti sidoarjo. Saran bagi perusahaan agar *Brand Image*, *Price* dan *Promotion* tetap dipertahankan dan lebih ditingkatkan lagi untuk tahun-tahun berikutnya. Sedangkan untuk *Service Quality* lebih di perhatikan dan ditingkatkan lagi.

## SUMMARY

Indonesia is currently facing the Covid-19 pandemic. This pandemic has had an impact on several sectors in Indonesia, one of which is the culinary sector. Many culinary businesses and restaurant owners have temporarily closed their businesses and even went bankrupt due to this pandemic. Nevertheless, the culinary business remains one of the businesses that is in great demand by the public, because it has an increasing trend. Due to the pandemic, competition between culinary businesses has become increasingly sharp. Currently, many food manufacturers issue a variety of creative ideas to maintain their business. Kober mie devil is one of the food businesses that is able to survive in the midst of a pandemic and competition between businesses that have similar products. Although the devil's noodle box is still crowded, it is undeniable that there has been a decline in sales during the covid-19 pandemic.

The title of the thesis is "the influence of Brand Image, Service Quality, Price and Promotion on purchasing decisions at Kober Mie Setan, Ponti Sidoarjo Branch during the Covid-19 pandemic". The formulation of the problem in this study is whether Brand Image, Service Quality, Price and Promotion affect Purchase decisions during the Covid-19 Pandemic at Kober Mie Setan, Ponti Sidoarjo branch. While the research objective to be achieved is to prove the influence of brand image, service quality, price and promotion on purchasing decisions at Kober Mie Setan, Ponti Sidoarjo Branch during the covid-19 pandemic.

The theory used in this study includes the theory of marketing management, marketing mix, Brand Image, Service Quality, Price, Promotion and purchasing decisions. Meanwhile, the hypothesis is that Brand Image, Service Quality, Price and Promotion have partial/simultaneous effect on purchasing decisions. In this study using a qualitative & quantitative approach. The population in this study were

consumers of Kober Mie Setan, Ponti Sidoarjo Branch. Respondents involved in the study were 100 samples. The source of data in this study is primary data and the data collection technique used is the distribution of questionnaires. The instrument test in this study uses a validity test and a reliability test equipped with a classical assumption test consisting of a normality test, multicollinearity test and heteroscedasticity test, while for data analysis using multiple linear regression analysis.

The results showed that the price variable had the most dominant influence with a beta value of 0,318 and a sig of 0,001, followed by a service quality variable with a beta value of 0,278 and a sig of 0,002, then the promotion variable with a beta value of 0,253 and a sig of 0,013, and finally is a brand image variable with a beta value of 0,148 and sig of 0,036.

The conclusion of this study shows that the Brand Image, Service Quality, Price and Promotion variables have a significant effect either partially or simultaneously on purchasing decisions. During the covid-19 pandemic in Kober Mie Setan, the Ponti Sidoarjo branch. Suggestions for companies so that Brand Image, Price and Promotion are maintained and further improved for the following years. As for Service Quality, more attention and improvement.

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>RINGKASAN.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xix</b>
<b>BAB I .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II.....</b>	<b>9</b>
2.1 Landasan Teori .....	9
2.1.1 Pemasaran .....	9
2.1.2. Brand Image .....	12
2.1.3. Service Quality.....	14
2.1.4 Price .....	16
2.1.5 Promotion .....	17
2.1.6 Keputusan Pembelian .....	20
2.2 Penelitian Terdahulu .....	23
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	26
2.3.1 Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian....	26
2.3.2 Pengaruh Service Quality terhadap Keputusan Pembelian	27
2.3.3 Pengaruh Price terhadap Keputusan Pembelian .....	27
2.3.4 Pengaruh Promotion terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2.3.5 Pengaruh Brand Image, Service Quality, Price dan Promotion terhadap Keputusan Pembelian .....	28



2.4 Kerangka Konseptual.....	30
2.5 Hipotesis .....	31
<b>BAB III .....</b>	<b>33</b>
3.1 Desain Penelitian .....	33
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	33
3.2.1 Lokasi Penelitian .....	33
3.2.1 Waktu Penelitian .....	33
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	34
3.3.1 Jenis Data.....	34
3.3.2 Sumber Data .....	34
3.4 Populasi dan Sampel.....	34
3.4.1 Populasi .....	34
3.4.2 Sampel .....	35
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	36
3.6 Definisi Variabel dan Operasional.....	36
3.6.1 Definisi Variabel.....	36
3.6.2 Definisi Operasional .....	38
3.7 Proses Pengolahan Data.....	39
3.8 Metode Analisis Data .....	40
3.8.1 Uji Validitas.....	40
3.8.2 Uji Reliabilitas .....	41
3.8.3 Analisa Regresi Linier Berganda.....	41
3.8.4 Uji Asumsi Klasik .....	42
3.9 Teknik Pengujian Hipotesis .....	43
3.9.1 Koefisien Determinasi Berganda ( $R_2$ ).....	44
3.9.2 Uji Parsial (Uji t) .....	44
3.9.3 Uji Simultan (Uji F).....	44
<b>BAB IV .....</b>	<b>47</b>
4.1 Gambaran Umum Kober Mie Setan .....	47
4.1.1 Visi dan Misi Perusahaan .....	48
4.1.2 Struktur Organisasi Kober Mie Setan Ponti Sidoarjo.....	49
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	50
4.2.1 Deskripsi Berdasarkan Karakteristik Responden .....	50
4.2.2 Deskripsi Tanggapan Responden Variabel Penelitian.....	54
4.3 Uji Instrumen .....	62

4.3.1 Uji Validitas Instrumen .....	62
4.3.2 Uji Reliabilitas Instrumen.....	63
4.4 Analisis Data.....	64
4.4.1 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	64
4.4.2 Uji Asumsi Klasik .....	66
4.5 Pengujian Hipotesis .....	71
4.5.1 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	71
4.5.2 Pengujian Signifikansi Secara Parsial (Uji t) .....	72
4.5.3 Pengujian Signifikansi Secara Simultan (Uji F).....	74
4.6 Pembahasan .....	76
4.7 Implikasi Penelitian .....	79
<b>BAB V .....</b>	<b>81</b>
5.1 .Simpulan.....	81
5.2 .Saran.....	82
5.2.1 Bagi Perusahaan .....	82
5.2.2 Bagi Peneliti Berikutnya .....	82
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN .....	89

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	30
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Kober Mie Setan Ponti Sidoarjo.....	49
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas .....	68
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskidastisitas .....	70

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Data Penjualan Kober Mie Setan cabang Ponti Sidoarjo.....	5
Tabel 4.1 Deskripsi Responden berdasarkan jenis kelamin .....	51
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	52
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	53
Tabel 4.5 Klasifikasi Kategori Penilaian untuk Statistik Deskriptif .....	54
Tabel 4.6 Persepsi Responden pada Variabel Brand Image (X1) .....	55
Tabel 4.7 Persepsi Responden pada Variabel Service Quality (X2) .....	56
Tabel 4.8 Persepsi Responden pada Variabel Price (X3).....	58
Tabel 4.9 Persepsi Responden pada Variabel Promotion (X4) .....	59
Tabel 4.10 Persepsi Responden pada Variabel Keputusan Pembelian (Y)	60
Tabel 4.11 Hasil pengujian validitas .....	62
Tabel 4.12 Hasil pengujian reliabilitas .....	64
Tabel 4.13 Pengujian Normalitas .....	67
Tabel 4.14 Pengujian Multikolinieritas .....	69
Tabel 4.15 Pengujian Heteroskedastisitas .....	70
Tabel 4.16 Hasil Uji t .....	71
Tabel 4.17 Tabel uji F .....	75
Tabel 4.18 Koefisien Determinasi .....	69

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian.....	89
Lampiran 2 Surat Keterangan Penelitian.....	90
Lampiran 3 Profil Responden.....	91
Lampiran 4 Kuesioner Penelitian .....	94
Lampiran 5 Hasil Karakteristik Responden.....	103
Lampiran 6 Hasil Uji Instrumen.....	105
Lampiran 7 Hasil Deskripsi Data .....	111
Lampiran 8 Normalitas .....	120
Lampiran 9 Multikolinearitas .....	121
Lampiran 10 Heteroskedastisitas.....	122
Lampiran 11 Hasil Analisis Regresi.....	124
Lampiran 12 Kartu Bimbingan.....	126
Lampiran 13 Hasil Turnitin .....	127