

# SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK DAN *DISCOUNT PRICE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MEREK H&M  
DI GALAXY MALL SURABAYA**



Oleh :

**NOVI YULIANTI HAPSARI**  
**NBI : 1211700205**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2022**

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK DAN *DISCOUNT PRICE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MEREK H&M  
DI GALAXY MALL SURABAYA**



**Di Ajukan Oleh :**

**Novi Yulianti Hapsari**

**NBI : 1211700205**

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

**2022**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK DAN *DISCOUNT PRICE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MEREK H&M  
DI GALAXY MALL SURABAYA**

**SKRIPSI**

diajukan untuk memenuhi persyaratan  
guna mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Oleh :  
**Novi Yulianti Hapsari**  
NBI : 1211700205

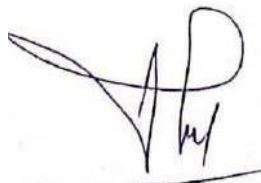
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2022**

## LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

Nama Lengkap : Novi Yulianti Hapsari  
NBI 1211700205  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA  
MEREK, DISCOUNT PRICE TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA MEREK H&M DI GALAXY MALL  
SURABAYA

**Surabaya, 31 Desember 2021**

Mengetahui / Menyetujui  
Pembimbing



**Dr. Abdul Halik, MM**

## LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan di terima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal 10 Januari 2022.

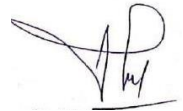
### TIM PENGUJI

### TANDA TANGAN

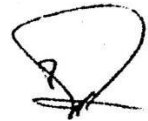
1. Prof. Dr. Amiartuti Kusmaningtyas, SH., MM. -Ketua :



2. Dr. Abdul Halik, MM. -Anggota :



3. Drs. Ec. Sigit Santoso, MM -Anggota :



Mengesahkan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dekan



Dr. P. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA.

## **SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT**

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini:

- |                       |                                      |
|-----------------------|--------------------------------------|
| 1. Nama Lengkap (KTP) | : Novi Yulianti Hapsari (P)          |
| 2. NBI                | 1211700205                           |
| 3. Fakultas           | : Ekonomi dan Bisnis                 |
| 4. Program Studi      | : Manajemen                          |
| 5. NIK (KTP)          | 3521046507970001                     |
| 6. Alamat Rumah (KTP) | : Ds.Majasem, Kec.Kendal, Kab. Ngawi |

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :

**“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK DAN *DISCOUNT PRICE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MEREK H&M GALAXY MALL SURABAYA”.**

Adalah benar-benar hasil tulisan, rancangan, serta pemikiran saya sendiri dan bukan hasil plagiat atau menyalin dari karya tulis ilmiah orang lain, baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis, maupun Disertasi.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa skripsi yang saya tulis ini 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 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Surabaya, 10 Januari 2022

Yang membuat,



(Novi Yulianti Hapsari)



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 : Novi Yulianti Hapsari

NBI 1211700205

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:

**“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK DAN *DISCOUNT PRICE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MEREK H&M GALAXY MALL SURABAYA”.**

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 tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada Tanggal : 10 Januari 2022

Yang Menyatakan,



(Novi Yulianti Hapsari )

## **MOTTO**

"Rintangan bukan untuk menghentikanmu. Jika Anda bertemu tembok, jangan berbalik dan menyerah. Cari cara untuk memanjatnya, menembusnya atau memutarinya." - Michael Jordan



## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah, dan petunjuk-Nya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK, DAN *DISCOUT PRICE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MEREK H&M GALAXY MALL SURABAYA” ini dengan baik.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing saya dalam menempuh pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya saya tujukan kepada:

1. Dr. Abdul Halik, MM selaku pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan, dan tambahan ilmu serta wawasannya. Saya sangat berterima kasih atas waktu yang telah diberikan untuk membimbing, mengoreksi serta memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini. Terima kasih juga telah banyak membantu saya selama proses perkuliahan saya.
2. Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPA, selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Dr. H. Slamet Riyadi, M.si., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya atas kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh Pendidikan di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Dr. Ec Ulfi Pristiana, M.Si selaku ketua program studi manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya karena telah banyak membantu proses perkuliahan saya.
5. Prof. Dr. Amiartuti Kusmaningtyas, SH., MM. dan Drs. Ec Sigit Susanto, MM selaku penguji yang telah memberikan waktu untuk pengarahan dan menambah wawasan keilmuan saya serta memberikan saran yang terbaik selama pelaksanaan penelitian.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat.

7. Seluruh Staff dan Karyawan Tata Usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah banyak mendukung dan membantu saya dari awal perkuliahan hingga ujian skripsi ini.
8. Kedua orangtua dan keluarga besar saya, yang selalu memberi dukungan, semangat serta selalu mendoakan saya selama saya menempuh Pendidikan.
9. Terimakasih kepada seluruh sahabat dan orang-orang terdekat saya (Alhammad Harozim, Widia Lestari, Rizky Ramadhan, Dian Eka, Dita Ayu, Andila Dania, M.Alif, Iwang Nugroho, Dinda Radika, Fitri) atas bentuk dukungan, bantuan dan menjadi tempat berbagi dan memberi semangat, serta pihak-pihak lain yang membantu kelancaran dalam menyelesaikan skripsi yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu.

Semoga amal kebaikan mereka diterima Allah SWT, dan dicatat sebagai amalan yang terbaik Terakhir harapan peneliti mudah-mudahan apa yang terkandung dalam penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Surabaya, 10 Januari 2022

Novi Yulianti Hapsari  
NIM 1211700205

## ABSTRAK

Sejak tahun 1998, peta industri ritel mengalami perubahan besar terutama setelah pemerintah melakukan liberalisasi. Persaingan di bidang industri ritel saat ini terbilang sangat ketat dan terus berubah seiring dengan perubahan teknologi, perkembangan dunia usaha serta kebutuhan konsumen. Untuk menarik minat konsumen konsumen membeli produk yang di tawarkan maka di butuhkan adanya pelayanan yang lebih dari pesaing lain. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, citra merek dan *Discount Price* terhadap keputusan pembelian pada H&M Galaxy Mall Surabaya.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan jenis metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah customer (konsumen) H&M Galaxy Mall Surabaya. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan cara menyebarkan kuisioner. Model analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model regresi linier berganda.

Secara keseluruhan, indikator yang digunakan dalam penelitian ini valid dengan hasil korelasi lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 dan reliabel Cronbach Alpha  $> 0,6$ . Hasil Uji Asumsi Klasik juga menunjukkan bahwa penelitian ini telah memenuhi. Dapat disimpulkan hasil akhir penelitian yaitu kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05. Citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. *Discount Price* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05.

**Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Citra Merek, *Discount Price*, Keputusan Pembelian**

## **ABSTRACT**

*Since 1998, the map of the retail industry has undergone major changes, especially after the government carried out liberalization. Competition in the retail industry is currently very tight and continues to change along with changes in technology, developments in the business world and consumer needs. To attract consumers to buy the products on offer, it is necessary to have more services than other competitors. The purpose of this study was to determine the effect of service quality, brand image and Discount Price on purchasing decisions at H&M Galaxy Mall Surabaya.*

*In this study, researchers used a type of quantitative method. The population in this study is the customer (consumer) H&M Galaxy Mall Surabaya. The data collection method used is by distributing questionnaires. The data analysis model used in this study is a multiple linear regression model.*

*Overall, the indicators used in this study are valid with correlation results smaller than the 0.05 significance level and reliable Cronbach Alpha > 0.6. The results of the Classical Assumption Test also show that this research has fulfilled. It can be concluded that the final result of the study is that service quality has a significant effect on purchasing decisions with a significance value of 0.002, smaller than 0.05. Brand image has a significant effect on purchasing decisions with a significance value of 0.000 which is smaller than 0.05. Discount Price has a significant effect on purchasing decisions with a significance value of 0.000 which is smaller than 0.05.*

***Keywords: Service Quality, Brand Image, Discount Price, Purchase Decisio***

## DAFTAR ISI

<b>PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK, DAN <i>DISCOUNT PRICE</i> TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MEREK H&amp;M DI GALAXY MALL SURABAYA .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT .....</b>	<b>v</b>
<b>SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>vi</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	7
2.1.1 Konsep Manajemen Pemasaran.....	7
2.2 Pengertian Bauran Pemasaran .....	9
2.3 Pengertian Perilaku Konsumen .....	10
2.3.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	11
2.4 Pengertian Kualitas Pelayanan .....	11
2.4.1 Indikator Kualitas Pelayanan.....	12

2.5 Pengertian Citra Merek .....	13
2.5.1 Indikator Citra Merek .....	13
2.6 Pengertian <i>Discount Price</i> .....	14
2.6.1 Tujuan <i>Discount Price</i> .....	15
2.6.2 Jenis-Jenis <i>Discount Price</i> .....	16
2.6.3 Faktor Terjadinya <i>Discount Price</i> .....	17
2.6.4 Indikator <i>Discount Price</i> .....	18
2.7 Pengertian Keputusan Pembelian .....	18
2.7.1 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	19
2.7.2 Tahap-Tahap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	19
2.7.3 Jenis-Jenis Perilaku Keputusan Pembelian .....	20
2.7.4 Tingkat Pengambilan Keputusan.....	21
2.7.5 Indikator Keputusan Pembelian.....	22
2.8 Penelitian Terdahulu .....	23
2.9 Kerangka Konseptual.....	29
2.10 Hubungan Antar Variabel .....	30
2.10.1 Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian .....	30
2.10.2 Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	31
2.10.3 <i>Discount Price</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	31
2.10.4 Hubungan antara Kualitas Pelayanan, Citra Merek, dan <i>Discount Price</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	32
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>35</b>
3.1 Desain Penelitian .....	35
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian .....	35
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	36
3.4 Populasi dan Sampel.....	36
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	39
3.6 Teknik Pengukuran Data.....	40
3.7 Definisi Variabel dan Definisi Operasional.....	41

3.7.1 Definisi Variabel .....	41
3.7.2 Definisi Operasional Variabel .....	42
3.7.2.1 Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) .....	42
3.7.2.2 Citra Merek ( $X_2$ ).....	42
3.7.2.3 <i>Discount Price</i> ( $X_3$ ) .....	42
3.7.2.4 Keputusan Pembelian (Y) .....	42
3.8 Proses Pengolahan Data .....	43
3.9 Metode Analisa Data .....	43
3.9.1 Uji Validitas.....	43
3.9.2 Uji Reabilitas.....	44
3.9.3 Uji Asumsi Klasik .....	44
3.9.4 Uji Normalitas Data .....	44
3.9.5 Uji Multikolinieritas .....	45
3.9.6 Uji Heteroskedastisitas.....	45
3.9.7 Uji Autokorelasi .....	46
3.9.8 Analisis Regresi Linier Berganda .....	47
3.9.9 Koefisien Determinan Berganda ( $R^2$ ) .....	47
3.10 Teknik Pengujian Hipotesis.....	48
3.10.1 Uji-t (Parsial).....	48
3.10.2 Uji-F (Simultan) .....	49
3.10.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	50
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>51</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	51
4.1.1 Deskripsi H&M.....	51
4.1.2 Visi dan Misi .....	52
4.1.3 Struktur Organisasi dan Tanggung Jawab .....	53
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian .....	56
4.2.1 Deskripsi Berdasarkan Karakteristik Responden.....	56

4.2.1.1	Karakteristik Berdasarkan Usia .....	57
4.2.1.2	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
4.2.1.3	Karakteristik Berdasarkan Pendidikan .....	58
4.2.1.4	Karakteristik Berdasarkan Pendapatan.....	59
4.2.1.4	Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan .....	60
4.2.2	Deskripsi Variabel Penelitian .....	60
4.2.2.1	Hasil Analisis Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan .....	61
4.2.2.2	Hasil Analisis Deskripsi Variabel Citra Merek.....	62
4.2.2.3	Hasil Analisis Deskripsi Variabel <i>Discount Price</i> .....	63
4.2.2.4	Hasil Analisis Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian .	64
4.3	Pengujian Analisis Data .....	64
4.3.1	Uji Validitas .....	64
4.3.2	Uji Reliabilitas .....	66
4.3.3	Uji Normalitas Data.....	67
4.3.4	Uji Multikolinieritas .....	68
4.3.5	Uji Heteroskedastisitas.....	69
4.3.6	Uji Autokorelasi .....	70
4.3.7	Analisis Regresi Linier Berganda .....	70
4.3.8	Koefisien Determinan Berganda ( $R^2$ ) .....	72
4.3.9	Uji-t (Parsial).....	72
4.3.10	Uji-F (Simultan) .....	74
4.4	Pembahasan.....	75
4.5	Implikasi Penelitian .....	76
4.6	Keterbatasan Penelitian.....	76
<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>79</b>
5.1	Simpulan.....	79
5.2	Saran.....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>.....</b>	<b>81</b>



<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>85</b>
-----------------------------	-----------

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	23
Tabel 3.1 Skala Likert .....	40
Tabel 3.2 Klasifikasi Nilai d Durbun-Watson .....	46
Tabel 3.3 Data Sampel Penelitian.....	25
Tabel 3.4 Definisi Variabel Dan Definisi Operasional .....	27
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	58
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	58
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	59
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan.....	61
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Citra Merek .....	62
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Persepsi Harga .....	63
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian .....	64
Tabel 4.10 Hasil Uji Validasi.....	65
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas .....	67
Tabel 4.12 Hasil Pengujian One-Sample Kolmogorov-Smirnov.....	67
Tabel 4.13 Nilai VIF.....	68
Tabel 4.14 Hasil Uji Autokorelasi.....	70
Tabel 4.15 Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda .....	70
Tabel 4.16 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	72
Tabel 4.17 Hasil Uji-t .....	73
Tabel 4.18 Hasil Uji-F.....	74

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 H&M .....	2
Gambar 2.1 Kerangka Konseptul .....	29
Gambar 3.1 Kurva Uji-t .....	48
Gambar 3.2 Kurva Uji-F .....	49
Gambar 4.1 Struktur Organisasi H&M Galaxy Mall Surabaya .....	53
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas Scaterplot .....	69

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian.....	85
Lampiran 2 Data Responden.....	92
Lampiran 3 Hasil Deskripsi Responden.....	99
Lampiran 4 Uji Validitas .....	100
Lampiran 5 Uji Reliabilitas.....	104
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik.....	108
Lampiran 7 Uji Regresi Linier Berganda.....	110

