

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS
LAYANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA
PT. MATAHARI DEPARTEMEN STORE ROYAL PLAZA SURABAYA**



Oleh :

Devy Rahmawati

NBI : 1211600277

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

2020

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, BRAND IMAGE DAN KUALITAS
LAYANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA
PT. MATAHARI DEPARTEMEN STORE ROYAL PLAZA SURABAYA**



Oleh :

Devy Rahmawati

NBI : 1211600277

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

2020

LEMBAR PENGESAHAN

Nama Lengkap : Devy Rahmawati

NBI : 1211600277

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi :

Pengaruh Persepsi Harga, Brand Image, Kualitas Layanan terhadap Minat Beli konsumen pada Matahari Departemen Store Royal Plaza Surabaya.

Surabaya,2020

Mengetahui / Menyetujui

Pembimbing



Drs. Ec. M. Suyanto, MM.

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

Dipertahankan didepan Sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan Dinyatakan Diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada tanggal 2020

TIM PENGUJI :

- | | |
|----------------------------------|-----------|
| 1. Dr. Endah Budiarti, M.Si | - Ketua |
| 2. Drg. Pramitha Studyvany S, MM | - Anggota |
| 3. Drs. Ec. M. Suyanto, MM | - Anggota |



Mengesahkan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

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

NPP. 20220.93.0319

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama lengkap : Devy Rahmawati (P)
2. NBI : 1211600277
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Progam Studi : Manajemen
5. NIK : 3578294612970001
6. Alamat Rumah : Bulak Kali Tinjang Baru Blok B 134 Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul : “Pengaruh Persepsi harga , Brand Image dan Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT. Matahari Departemen Store Royal Plaza Surabaya”, adalah benar benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan hbukan merufakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel,Skripsi, Tesis maupun Disertasi.

Dengan Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar benarnya , jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang saya tyilis adalah hasil plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa adanya sangkut paut dengan Dosen pembimbing dan kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Untag Surabaya.

Surabaya, 20 Mei 2020



(Devy Rahmawati)



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
R. 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 : Devy Rahmawati
Fakultas : Ekonomi & Bisnis
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Nonekslusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

“Pengaruh Persepsi Harga, *Brand Image* dan Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Konsumen pada Matahari Departement Store Royal Plaza Surabaya”

Dengan **Hak Bebas Royalti Nonekslusif (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.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : Juli 2020

Yang

Menyatakan,



(Devy Rahmawati)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah S.W.T penulis panjatkan karena berkat, rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi penelitian yang berjudul **“PENGARUH PERSEPSI HARGA, *BRAND IMAGE*, KUALITAS KAYANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA MATAHARI DEPARTEMEN STORE ROYAL PLAZA SURABAYA”** tepat pada waktunya.

Adapun tujuan dari penulisan ini adalah untuk pembuatan skripsi pada Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Dan Bisnis jurusan Manajemen. Ucapan terimakasih ini penulis tunjukan kepada :

1. Drs.Ec.M.Suyanto,MM. Selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan,bimbingan,dan tambahan ilmu serta wawasannya. Saya sanat berterimakasih atas waktu yang telah diberikan untuk membimbing,mengoreksi, serta memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan proposal ini.
2. Dr. Mulyanto Nugroho, MM.,CMA.,CPAI. Selaku rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yan telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan Pendidikan Progam Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Dr. Ulfi Pristiana,M.Si. selaku Ketua Progam Studi manajemen Universitas 17 Agustus 1945 dan Dosen Wali saya yang telah memberikan banyak nasihat serta membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
4. Pihak Matahari Departemen Store Royal Plaza terutama ibu Therry Theodora yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian di tempatnya.
5. Bapak Supriadi dan Ibu Siti aminah selaku kedua orang tua saya yang paling hebat yang saya sayangi dan cintai telah memberikan dukungan

kepada saya berupa materi , kasih sayang dan semangat agar saya dapat menyelesaikan pendidikan yang setinggi tingginya.

6. Saudari Deshinta Anggarani selaku kakak kandung saya yang saya sayangi yang telah mengingatkan saya untuk tidak boleh menyerah dalam keadaan apapun.
7. Kepada sahabat sahabat terbaik saya Dinda,Riqha amelia, Muthiara, Nuril, Novitasari, yang tidak pernah absen untuk menyemangati saya menyelesaikan semua tugas ayang sedang saya tempuh.
8. Teman seperjuangan saya saat bimbingan dan mengerjakan proposal Maidhotus Sholichah, terimakasih banyak.

Dengan kelebihan serta kekurangan yang ada , saya menyadari bahwa banyak cacat cela dalam penulisan Skripsi ini dan saya terbuka atas saran dan kritik yang diberikan untuk perbaikan. Akhir kata saya ucapkan terimakasih.

Surabaya, 07 Mei 2020

Devy Rahmawati

PENGARUH PERSEPSI HARGA BRAND IMAGE, KUALITAS LAYANAN
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PT. MATAHARI
DEPARTEMEN STORE ROYAL PLAZA SURABAYA

Oleh :

Devy Rahmawati

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email : devirahmawati932@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Persepsi Harga , Brand Image, Kualitas Layanan secara parsial terhadap Minat Beli Konsumen. Dan Pengaruh Persepsi Harga, Brand Image dan Kualitas Layanan secara simultan terhadap Minat Beli Konsumen Matahari Departemen Store Royal Plaza Surabaya.

Pengambilan sampel menggunakan teknik *insidental random sampling*. Data penelitian diperoleh dengan cara membagikan kuisisioner tentang Persepsi harga , Brand Image, Kualitas Layanan dan Minat Beli konsumen kepada 100 responden. Teknik analisis menggunakan aplikasi IBM SPSS 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi Harga, Brand Image dan Kualitas Layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Konsumen. Dan secara simultan berpengaruh Signifikan terhadap Minat Beli Konsumen.

Kata kunci : Persepsi Harga, *Brand Image*, Kualitas layanan , Minat beli konsumen

*PERCEPTION OF PRICE, BRAND IMAGE, SERVICE QUALITY HAS A
SIGNIFICANT EFFECT ON THE BUYING INTEREST OF MATAHARI
DEPARTMENT STORE AT THE ROYAL PLAZA SURABAYA*

Oleh :

Devy Rahmawati

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email : devirahmawati932@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Partial Price Perception on Consumer Purchase Interest, *Brand Image*, Effect of Service Quality. And the Influence of Price Perception, *Brand Image* and Service Quality simultaneously on Consumer Purchase Interest on Matahari Department of the Royal Plaza Surabaya Store. Sampling using insidental random sampling technique. The research data was obtained by distributing questionnaires about price perceptions, brand image, service quality and consumer purchase interest to 100 respondents. The analysis technique uses the IBM SPSS 25 application. The results of the study show that the Perception of Price, Brand Image and Service Quality partially significantly influences the Consumer Purchase Interest. And simultaneously a significant effect on consumer buying interest.

Keywords: Price Perception, Brand Image, Quality of service, Consumer buying interest.