

**PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK, DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI
CHATIME TRANSMART RUNGKUT SURABAYA**
(Studi Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga terhadap
keputusan pembelian di Chatime Transmart Rungkut Surabaya)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-I
Program Studi Administrasi Bisnis**



Oleh :

INDAH NUR MUARIFAH

1121600076

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2020**

**PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK, DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI
CHATIME TRANSMART RUNGKUT SURABAYA**

**(Studi Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga terhadap
keputusan pembelian di Chatime Transmart Rungkut Surabaya)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Administrasi Bisnis**



Oleh :

INDAH NUR MUARIFAH

1121600076

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2020

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Indah Nur Muarifah
NBI : 1121600076
Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul : Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian diChatime Transmart Rungkut Surabaya


Mengetahui,

Surabaya, 14 Juli 2020

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Disetujui Oleh
Dosen Pembimbing


Dr. Endro Tjahjono, M.M.

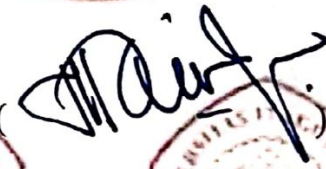

Dra. Awin Mulyati, MM.

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal:

Dewan penguji:

1. Dra. Awin Mulyati, MM
Ketua
2. Dra. Hj. Diana Juni Mulyati, MM
Anggota
3. Dr. Rachmawati Novaria, MM
Anggota



Mengesahkan,

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

Dekan,



Dr. Endro Tjahjono, MM

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang Bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Indah Nur Muarifah
NBI : 1121600076
Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul : Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Chatime Transmart Rungkut Surabaya.

1. Bahwa skripsi yang saya buat benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing yang di ajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik program studi Administrasi Bisnis di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Bahwa jika saya mengutip, menulis dan mengambil sebagian dari karya ilmiah orang lain maka akan mencantumkan dalam daftar pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata skripsi saya terbukti bukan hasil karya asli atau plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa penyebut sumbernya dan menyantumkan dalam daftar pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Surabaya, 30 Juni 2020
Yang membuat Pernyataan



(Indah Nur Muarifah)



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 : Indah Nur Muarifah
NBI : 1121600076
Fakultas : Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Administrasi Bisnis
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, Kualitas Produk dan Harga terhadap keputusan Pembelian di Chertime Transmart Rungkut 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.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 20 Agustus 2020

Yang Menyatakan,



(Indah Nur Muarifah)

MOTTO

“UBAH PIKIRANMU DAN KAU DAPAT MENGUBAH DUNIAMU”.
(NORMAN VINCENT PEALE)

**“MENYERAH BOLEH TAPI JANGAN PERNAH LELAH MENCOBA
KARNA TUHAN PASTI PUNYA JALAN PADA SETIAP ORANG YANG
MAU BERUSAHA”**
(INDAH)

**JIKA KAMU INGIN HIDUP BAHAGIA, TERIKATLAH PADA TUJUAN,
BUKAN PADA ORANG ATAUPUN BENDA”**
(ALBERT EINSTEIN)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk :

1. Orang tuaku tercinta (Bapak Sukatni dan Ibu Windiyah), yang tak pernah lelah mendoakan, membimbing dan mendukung dalam hal apapun yang saya lakukan selama ini. Terimakasih untuk semua kasih sayang dan do'a serta rasa cinta selama ini, takkan pernah saya lupakan semua pengorbanan dan jerih payahmu yang engkau berikan untukku agar dapat mencapai cita-cita hingga mencapai gelar Sarjana. InsyaAllah kelak saya dapat membahagiakan dirimu sampai akhir hayatmu.
2. Untuk kakak dan adek tercinta (Ninis dan Fitri) yang sudah mendukung dan mendoakan saya sampai sejauh ini.
3. Keluarga Besar Ayah yang senantiasa mendoakan dan mendukung saya selama ini.
4. Keluarga Besar Ibu yang senantiasa mendoakan dan mendukung saya selama ini.
5. Kakek Nenek yang secara tidak langsung mendoakan dan mendukung saya.
6. Teman tercinta, teman seperjuangan (Karlinda Anika Rigita Putri) yang senantiasa saling mendoakan dan saling tukar cerita susah maupun senang
7. Pasangan Tercinta (Febry Lukito) yang sudah menemani, selalu mendoakan, memberikan dukungan, dan saran kepada saya selama ini.
8. Terimakasih juga kepada teman organisasi eksternal (Albet) yang sudah memberikan pinjaman laptop karna saat itu laptop saya lagi bermasalah.
9. Terimakasih juga buat Sawadil yang sudah membantu edit skripsi ini.
10. Teman seperjuangan yang selama ini saling mendukung satu sama lain terutama (Nilam Wulandari, Erika, Islah, Nindi, Mega Rahmawati, Angga Dwi, Addur Rosyid dll.)
11. Teman-teman KKN Bantengan Ponorogo yang saling mendoakan dan mendukung satu sama lain.(Pungky, Clarita, Yana, Putra, Ega, Dewi, dll)
12. Teman-teman seperjuangan seangkatan Administrasi Bisnis 2016.
13. Almamater tercinta awal dari segalanya Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

ABSTRAK

Produk minuman Chatime adalah minuman berbahan dasar teh dengan menambahkan bahan khusus yaitu bubble. *Brand Image* yang sudah terkenal, Kualitas Produk yang bagus serta Hargayang bersaing menjadikan Produk minuman Chatime berada diperingkat pertama penjualan Bubble Drink.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian produk minuman Chatime di Transmart Rungkut Surabaya. Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen Chatime Kota Surabaya. Sampel diambil sebanyak 100 orang berdasarkan metode purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Brand Image dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan Kualitas Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini dikarenakan Kualitas Produk diakui sudah bagus sehingga tidak mempengaruhi Keputusan Pembelian.

Penelitian ini juga menjelaskan bahwa Keputusan Pembelian di pengaruhi model sebesar 25,8% sedangkan sisanya sebesar 74,2% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Misalnya variabel Promosi, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Atmosfer franchise, Mutu Barang, Variasi Produk dan variabel-variabel lainnya.

Kata Kunci : Brand Image, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Chatime is one of beverage products are drinks made from tea by adding a special ingredient, which is bubble. The well-known brand image, good product quality and competitive prices make Chatime beverage products ranked first in Bubble Drink sales.

This study aims to determine and analyze the effect of Brand Image, Product Quality and Price on the Purchase Decision of Chatime beverage products in Transmart Rungkut Surabaya. The population of this research is all consumers of Chatime from Surabaya. Samples were taken as many as 100 people based on purposive sampling method. The results showed that Brand Image and Price had a positive and significant effect on Purchasing Decisions. While the Product Quality does not significantly influence Purchasing Decisions. Because of the product quality is recognized as good so it does not affect the purchase decision.

This study also explained that the Purchasing Decision influenced the model by 25.8% while the remaining 74.2% was influenced by variables or other factors not examined in this study. For example the promotion variable, service quality, location, franchise atmosphere, product quality, product variation and other variables.

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

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena atas segala rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Chatime Transmart Rungkut Surabaya”.

Adapun tujuan penyusunan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan gelar Sarjana Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini terdapat kekurangan dan penulis dibantu oleh banyak pihak dalam menyelesaikan penelitian ini. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Kepada Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan dan kekuatan sehingga penulisan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar.
2. Bapak Dr. Endro Tjahjono, MM. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Ibu Dra. Awin Mulyati, MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pemikiran untuk memberikan bimbingan serta pengarahan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini hingga terselesaikan dengan baik.
4. Ibu Dra. Sri Andayani, MM selaku dosen pembimbing 2 yang selalu memberikan nasihat dan pengarahan selama proses studi di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Bapak Drs. Agung Pujianto, MM selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
6. Untuk kedua Orang Tua Saya yang sangat berharga dalam kehidupan saya. Terima kasih atas kasih sayang, doa, bimbingan, waktu, tenaga serta materi yang telah kalian berikan hingga saya bisa mencapai jenjang pendidikan sarjana. Saya akan melakukan yang terbaik dan membuat kalian bangga.
7. Untuk Kakak, Adik, Kakek, Nenek, dan Saudara Saya yang selalu memberikan dukungan, nasihat, dan bimbingan selama saya menyelesaikan masa studi.
8. Seluruh teman-teman Administrasi Bisnis 2016 terima kasih atas seluruh bantuannya dan teman-teman yang ada di Universitas 17 Agustus 1945 pada saat ini bersama-sama berjuang menyelesaikan

tugas akhir dan selalu memberikan kenangan yang tak terlupakan selama penulis menempuh pendidikan di perguruan tinggi. Dan seluruh teman-teman diluar institusi yang sudah memberikan bantuan demi terselesainya skripsi ini.

9. Para responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah dengan tulus ikhlas memberikan doa dan dukungan hingga dapat terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan pada pembuatan skripsi ini. Oleh karena itu, Penulis mengharapkan adanya kontribusi positif berupa saran kritik yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta wawasan bagi pembaca dan pihak lain yang berkepentingan.

Surabaya, 30 Juni 2020
Penulis,

Indah Nur Muarifah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.5. Sistematika Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Landasan Teori.....	10
2.2.1 Pemasaran.....	10
2.2.2 Bauran Pemasaran	14
2.2.3 Brand Image	21
2.2.4 Kualitas Produk	23
2.2.5 Harga	26
2.2.6 Keputusan Pembelian	27
2.2.7 Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian	31
2.2.8 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	31
2.2.9 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	32
2.3 Kerangka Pemikiran	33
2.4 Hipotesis	33

2.5	Definisi Konsep dan Operasional	34
2.5.1	Definisi Konsep	34
2.5.2	Definisi Operasional Variabel	35
BAB III	METODE PENELITIAN	37
3.1	Rancangan penelitian.....	37
3.2	Populasi dan Sampel.....	37
3.3	Pengukuran dan Instrumen Penelitian	37
3.4	Pengumpulan Data.....	38
3.5	Jenis dan Sumber Data	39
3.6	Analisis Data	39
BAB IV	PENYAJIAN DATA, ANALISIS DAN PEMBAHASAN	45
4.1	Profil Perusahaan.....	45
4.1.1	Sejarah Singkat PT. KAWAN LAMA CORPORATE.....	45
4.1.2	Visi dan Misi	46
4.1.4	Menu Minuman Chatime.....	47
4.2	Penyajian Data.....	48
4.2.1	Karakteristik Responden	48
4.2.2	Deskripsi Variabel Penelitian	50
4.2.3	Uji Instrumen.....	57
4.3	Analisis Data	59
4.3.1	Analisis Regresi Linier berganda	59
4.3.2	Pengujian Hipotesis	61
4.4	Pembahasan	64
BAB V	PENUTUP	67
5.1	Kesimpulan.....	67
5.2	Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	69

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	7
Tabel 2.2	Definisi Konsep.....	34
Tabel 3.1	Pengukuran Skala Likert.....	38
Tabel 3.2	Pedoman untuk Interpretasi Koefisien Korelasi.....	42
Tabel 4.1	Kawan Lama Group Companies.....	46
Tabel 4.2	Karakteristik Kelamin.....	49
Tabel 4.3	Karakteristik Umur.....	49
Tabel 4.4	Karakteristik Pekerjaan.....	49
Tabel 4.5	Interval Rata-rata Skor.....	50
Tabel 4.6	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden dan Nilai Mean atas Variabel Brand Image (X1).....	51
Tabel 4.7	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden dan Nilai Mean atas Variabel Kualitas Produk (X2).....	52
Tabel 4.8	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden dan Nilai Mean atas Variabel Harga (X3).....	53
Tabel 4.9	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden dan Nilai Mean atas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	55
Tabel 4.10	Hasil Pengujian Validitas Brand Image (X1).....	57
Tabel 4.11	Hasil Pengujian Validitas Kualitas Produk(X2).....	57
Tabel 4.12	Hasil Pengujian Validitas Harga(X3).....	58
Tabel 4.13	Hasil Pengujian Validitas Keputusan Pembelian(Y).....	58
Tabel 4.14	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	59
Tabel 4.15	Hasil Uji Analisis Linier Berganda.....	59
Tabel 4.16	Uji Korelasi.....	61
Tabel 4.17	Pedoman untuk Interpretasi Koefisien Korelasi.....	61
Tabel 4.18	Hasil Uji Simultan (Uji F).....	62
Tabel 4.19	Hasil Uji Parsial (Uji t).....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Proses Pembelian Lima Tahap	28
Gambar 2.2 Kerangka Berfikir	33
Gambar 4.1 Logo Minuman Chatime.....	45
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Chatime.....	47
Gambar 4.3 Menu Minuman Chatime.....	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	73
Lampiran 2	Tabulasi Karakteristik Responden	76
Lampiran 3	Tabulasi Data Responden.....	80
Lampiran 4	Hasil Uji Validitas dan Reabilitas	94
Lampiran 5	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	100
Lampiran 6	Lampiran Hasil Uji Korelasi dan Uji Determinasi.....	101
Lampiran 7	Hasil Uji Parsial	102
Lampiran 8	Hasil Uji Simultan.....	102
Lampiran 9	Kartu Bimbingan.....	103
Lampiran 10	Surat Pengantar Penelitian	104
Lampiran 11	Hasil Uji Turnitin	105