

PENGARUH CITRA MEREK DAN LOKASI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

**(STUDI PADA PELANGGAN MINUMAN BLOOM CAPPUCINO CINCAU
DEPAN MASJID AGUNG BUMIAYU, KALIERANG, PASAR BUMIAYU)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan program sarjana (S1) Manajemen
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi
Universitas Wahid Hasyim

Disusun oleh :

Kholis Ikhwanudin

NIM 141010053

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS WAHID HASYIM
SEMARANG**

2019

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Kholis Ikhwanudin
 Nomor Induk Mahasiswa : 141010053
 Fakultas / Jurusan : Ekonomi / Manajemen
 Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek Dan Lokasi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Minuman Bloom Cappucino Cincau Depan Masjid Agung Bumiayu, Kalierang, Pasar Bumiayu)

Telah diuji dan dipertahankan didewan penguji pada tanggal 2-4 Maret 2019 dan dinyatakan LULUS

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

1. Dosen Penguji I



Dr. Maskudi, SE., MM

NPP. 03.11.1.0198

2. Dosen Penguji II



Yulaikhah Aryanti, SE., MM

NPP. 03.05.0132

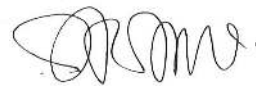
3. Dosen Pembimbing I



Hasan, SE., M.Sc

NPP. 03.05.10125

4. Dosen Pembimbing II



Yulaikhah Aryanti, SE., MM

NPP. 03.05.0132

Semarang,.....Maret 2019

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi


Khanifah, SE., M.Sc.

NPP. 03.05.1.0130



BIODATA

I. Data Pribadi

1. Nama : Kholis Ikhwanudin
2. Alamat : Dk Krajan Tengah RT 02/RW 03
Kelurahan

Kalinusu Kecamatan Bumiayu, Kabupaten
Brebes
3. Tempat Tanggal Lahir : Brebes, 23 Oktober 1993
4. Kewarganegaraan : Warga Negara Indonesia
5. Jenis Kelamin : Laki-laki
6. Agama : Islam
7. Nomor Hp/Wa : 082135463033

II. Riwayat Pendidikan

1. MI Mathlabul Ulum Kalinusu lulus pada tahun 2006
2. SMP Negeri 2 Bantarkawung lulus pada tahun 2009
3. SMA Negeri 1 Bantarkawung lulus pada tahun 2012

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini, Kholis Ikhwanudin, menyatakan bahwa skripsi dengan judul : Pengaruh Citra Merek dan Lokasi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian “(Studi pada pelanggan Bloom Cappuccino Cincin Cabang Depan Masjid Agung Bumiayu, Kalierang, Pasar Bumiayu)” adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau symbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang salin itu, atau yang saya ambil dari tulisan lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut diatas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya bersedia menerima sanksi yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 5 Januari 2019



Kholis Ikhwanudin

NIM. 141010053

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“ Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain dan hanya kepada TuhanMulah hendaknya kamu berharap.”

(Q.S Al Insyirah : 6-8)

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

Terima kasih atas curahan kasih sayang dan untaian do'a yang tak pernah putus,

❖ *Bapak Rasjono dan Ibu Syariah*

❖ *Kakak Rokib, Syamsuri, Sumyati, Dewi, Zaedun*

❖ *Keluarga Besar dan Sahabat-sahabatku*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membuktikan apakah citra merek dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Pengukuran variabel dilakukan dengan skala *likert*, meliputi sikap, pendapat dan persepsi seseorang, yang selanjutnya akan diukur dan dijabarkan melalui indikator variabel. Sampel penelitian ini adalah perusahaan minuman Es Bloom Cappucino Cincau Depan Masjid Agung Bumiayu, Kalierang dan Pasar Bumiayu. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur anggota populasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer berupa opini subyek (orang) secara individual atau kelompok, observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan *software* SPSS (*Statistical Package for Social Science*) untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh citra merek dan lokasi penjualan terhadap keputusan pembelian. Untuk mengetahui hipotesis diterima atau ditolak dengan cara membandingkan nilai T hitung dan T tabel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel citra merek (X_1) dan lokasi penjualan (X_2) berpengaruh secara signifikan, dan bernilai positif terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : keputusan pembelian, citra merek, dan lokasi penjualan

ABSTRACT

Research aimed to analyze and prove whether brand image and important location on purchase, measurement variables are performed on a likert scale, covering a person 's stance, opinion and perception, which will further be measured and described via variable indicator. Water photograph of photograph is water drink Es Bloom cappucino Cincau company front of Bumiayu mosque, Kalierang and merceayu market. The method of taking advantage of this study uses the sampling of a non-probabilization method which does not give the chances of chance or equal chance for any elements of the population. The Data used in these research is the basic Data of the subject (people) or groups, observation of an object (physical), genesis or activities, and test results. The analysis of analyses are analysed with the analysis of linier, as well as the backing of the software SPSS (for Social Science) to analysis and proved to prove the image of the brands of a brand and the site of the sale on a controversial decision to confirm the theological and disregarded by a way of a T summary and T table value. These research results suggest that the variable of the image of the brand name (X1) and the influential sale (X2) of merchandise and a positive appeal towards the decision was released.

A key word decision purchase, brand image and sales locations.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr. wb.

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah yang Maha Kuasa atas berkat dan rahmatnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“PENGARUH CITRA MEREK DAN LOKASI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA PELANGGAN MINUMAN BLOOM CAPPUCINO CINCAU CABANG DEPAN MASJID AGUNG BUMIAYU, KALIERANG, PASAR BUMIAYU)”**. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Wahid Hasyim Semarang.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati izinkanlah penulis untuk menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan dalam menyusun laporan ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Prof Dr H Mahmutarom, SH., MH., selaku Rektor Universitas Wahid Hasyim Semarang;
2. Khanifah, SE., M.Si., Akt, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Wahid Hasyim Semarang
3. Hasan SE.,M.Sc., selaku wakil Dekan Fakultas Ekonomi; dan selaku dosen pembimbing 1 yang dengan sabar telah meluangkan waktunya

untuk memberikan motivasi, saran, petunjuk dan koreksi yang sangat berharga dalam menyelesaikan skripsi ini

4. Drs. H. Umar Chadiq, SE., MM, selaku Dosen Pengajar Manajemen Pemasaran;
5. Yulaikhah Aryanti, S.E., MM selaku Ketua Jurusan Manajemen, dan selaku dosen pembimbing 2 yang dengan sabar telah meluangkan waktunya untuk memberikan motivasi, saran, petunjuk, dan koreksi yang sangat berharga dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Untuk seluruh dosen dan staf Universitas Wahid Hasyim Semarang Fakultas Ekonomi yang telah banyak memberikan motivasi dan ilmu yang bermanfaat bagi mahasiswa.
7. Kedua orang tua Bapak Rasjono dan Ibu Syariah, yang telah memberikan dukungan baik material, do'a restu dan berjuang mendidik penulis dengan ketulusan hati.
8. Kakak-kakakku tercinta Zaedun dan Dewi Indrayani yang telah memberikan semangat dan biaya sehingga penulis dapat menyusun skripsi ini.
9. Teman-temanku semua angkatan 2014 FE Unwahas atas persahabatan yang telah terjalin selama penulis menyelesaikan studi dan semoga kita semua bisa meraih cita-cita dan keinginan kita di masa depan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu kritik dan saran yang membangun dari pembaca sangat dibutuhkan untuk penyusunan penelitian selanjutnya. Hanya do'a dan ucapan

syukur yang dapat penulis panjatkan semoga Allah SWT membalas semua kebaikan Bapak, Ibu, Saudara dan Teman-teman sekalian. Akhir kata, semoga apa yang telah tertuang dalam pembuatan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pribadi maupun pihak-pihak yang berkepentingan.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Semarang, 5 Januari 2019

Penulis



Kholis Ikhwanudin

NIM. 141010053

DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
BIODATA.....	iii
PERNYATAAN ORISINIALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan	10
1.4 Kegunaan.....	11
1.5 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Keputusan Pembelian.....	13
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	13
2.1.2 Faktor Pengaruh Pembelian	14
2.1.3 Indikator Keputusan Pembelian	18

2.2 Citra Merek.....	22
2.2.1 Pengertian Citra Merek.....	22
2.2.2 Elemen-Elemen Citra Merek.....	23
2.2.3 Indikator Citra Merek.....	28
2.3 Lokasi Penjualan	28
2.3.1 Pengertian Lokasi Penjualan.....	28
2.3.2 Faktor Pengaruh Daya Tarik Lokasi	30
2.3.3 Indikator Lokasi Penjualan	33
2.4 Penelitian Terdahulu.....	34
2.5 Kerangka Pemikiran	35
2.6 Hipotesis dan Hubungan antar Variabel.....	37
BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1 Variable Penelitian Dan Definisi Operasional.....	44
3.2 Penentuan Populasi dan Sample	46
3.3 Jenis dan Sumber Data	47
3.4 Metode Pengumpulan Data	47
3.5 Metode Analisis Data.....	49
3.5.1 Uji Asumsi Klasik.....	49
3.5.1.1 Uji Normalitas.....	49
3.5.1.2 Uji Multikolinieritas	50
3.5.1.3 Uji Heteroskedastisitas.....	51
3.5.1.4 Uji Autokorelasi	52
3.5.2 Uji Hipotesis	53
3.5.2.1 Persamaan Regresi	53
3.5.2.2 Koefisien Determinasi.....	54

3.5.2.3 Uji Signifikansi Simultan	54
3.5.2.4 Uji Signifikansi Parameter	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	56
4.1.1 Bloom Cappucino Cincau	56
4.1.2 Gambaran Umum Responden	59
4.2 Analisis Penelitian.....	64
4.2.1 Uji Validitas	64
4.2.2 Uji Reliabilitas	66
4.2.3 Uji Asumsi klasik.....	67
4.2.3.1. Uji Normalitas.....	67
4.2.3.2. Uji Multikonearitas	69
4.2.3.3. Uji Heteroskedastisitas.....	71
4.2.3.4. Uji Autokorelasi.....	72
4.2.4 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	73
4.2.5 Hasil Hipotesis	74
4.2.5.1. Uji Parsial (Uji-t).....	74
4.2.5.2. Uji Simultan (Uji-F).....	76
4.2.5.3. Hasil Uji Determinasi (R ²)	77
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	78
4.3.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	78
4.3.2 Pengaruh Lokasi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian	79
BAB V PENUTUP	82
5.1 Kesimpulan	82
5.2 Saran.....	83

DAFTAR PUSTAKA	85
KUESIONER.....	87
LAMPIRAN.....	92

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Keputusan Pembelian	2
Tabel 2 Data Penjualan	4
Tabel 3 Operasional Variabel	45
Tabel 4 Pengambilan Keputusan Autokorelasi	53
Tabel 5 Jenis Kelamin.....	59
Tabel 6 Usia Responden	60
Tabel 7 Pendidikan Responden.....	61
Tabel 8 Pekerjaan Responden.....	62
Tabel 9 Hasil Uji Validitas Variabel (X ₁).....	64
Tabel 10 Hasil Uji Validitas Variabel (X ₂).....	65
Tabel 11 Hasil Uji Validitas Variabel (Y)	65
Tabel 12 Hasil Uji Reliabilitas.....	67
Tabel 13 Hasil Uji Normalitas	68
Tabel 14 Hasil Uji Multikolinearitas	70
Tabel 15 Hasil Uji Autokorelasi	72
Tabel 16 Hasil Regresi Berganda Citra Merek dan Lokasi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian.....	73

Tabel 17 Hasil Uji Parsial (t) Citra Merek.....	75
Tabel 18 Hasil Uji Parsial (t) Lokasi Penjualan.....	76
Tabel 19 Hasil Uji Simultan (Uji-F)	77
Tabel 20 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Model Lima Tahap Indikator Pembelian Konsumen	19
Gambar 2 Kerangka Konsep Penelitian	37
Gambar 3 Jenis Kelamin Responden	60
Gambar 4 Usia Responden.....	61
Gambar 5 Pendidikan Responden.....	62
Gambar 6 Pekerjaan Responden	63
Gambar 7 Regression Studentized Residual	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Uji Coba Instrument Variabel	92
Lampiran 2 Hasil Uji Reliabilitas Variabel	95
Lampiran 3 Hasil Kuesioner Variabel.....	97
Lampiran 4 Hasil Output SPSS.....	109