

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO RUBYLICIOUS
PURWOKERTO
(Studi pada Remaja di Kota Purwokerto)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memenuhi gelar Sarjana Manajemen

**DWI INDAH LESTARI
1802010074**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO RUBYLICIOUS
PURWOKERTO
(Studi pada Remaja di Kota Purwokerto)**



SKRIPSI

**DWI INDAH LESTARI
1802010074**

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui oleh dosen pembimbing skripsi yang bertanda tangan dibawah ini :

Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Agung', is written over a horizontal line.

Muchammad Agung Miftahuddin, S.E., M.Si
NIK. 2160159




HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Dwi Indah Lestari
NIM : 1802010074
Prodi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : **Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Rubylicious Purwokerto (Studi Pada Remaja di Kota Purwokerto)**

telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Ketua : M. Agung Miftahuddin, S.E., M.Si ()
Anggota 1 : Dr. Erny Rachmawati, S.E., MM ()
Anggota 2 : Alfato Yusnar Kharismasyah, S.E., M.Si ()

Di tetapkan di : Purwokerto

Tanggal : 14 Januari 2021



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si
NIK. 2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dwi Indah Lestari
NIM : 1802010074
Prodi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat, apabila kelak kemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 14 Januari 2021

Yang membuat pernyataan



Dwi Indah Lestari

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dwi Indah Lestari
NIM : 1802010074
Prodi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PELAYANAN DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO
RUBYLICIOUS PURWOKERTO
(Studi pada Remaja di Kota Purwokerto)**

Bersama perangkat yang ada (jika diperlukan) Dengan Hak Bebas Royalty Non Ekklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Purwokerto
Pada tanggal : 14 Januari 2022

Yang menyatakan,



Dwi Indah Lestari

MOTTO

“Hidup yang tidak teruji adalah hidup yang tidak layak untuk dihidupi. Tanda manusia masih hidup adalah ketika ia mengalami ujian, kegagalan dan penderitaan”

-Socrates-



PERSEMBAHAN



Kupersembahkan skripsi ini kepada :
Bapak dan Ibuku tercinta (Bapak Hardi dan Ibu Ruminah) sebagai tanda sayang, bakti, hormat, dan terima kasih yang tidak terhingga atas kasih sayang, kerja keras, motivasi, dan doa yang telah diberikan selama ini.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh.

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Ucapan rasa hormat dan terimakasih atas segala kepedulian mereka yang telah memberikan bantuan, kritik, saran, masukan, dorongan semangat, do'a, dukungan finansial maupun pemikiran dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu perkenankan saya secara khusus mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Ns. Jebul Suroso, S.Kp., M.Kep selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Ibu Dr. Naelati Tubastuvi, S.E, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
3. Bapak Drs.Suyoto, M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
4. Bapak M. Agung Miftahuddin, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan dan memberi masukan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat pada waktunya.
5. Ibu Dr. Erny Rachmawati, S.E., MM selaku dosen penguji I yang selalu memberikan saran yang membangun sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Bapak Alfato Yusnar Kharismasyah, S.E., M.Si selaku dosen penguji II yang selalu memberikan saran yang membangun sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

7. Bapak Yudhistira Pradhipta Aryoko, S.E., MM selaku dosen pembimbing akademik saya yang selalu memberikan pengarahan dan bimbingan sehingga proses perkuliahan saya berjalan dengan baik.
8. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan seluruh staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan tenaga selama ini dan segala bantuan serta fasilitas yang diberikan kepada saya.
9. Kedua orang tua tercinta, Bapak Hardi dan Ibu Ruminah, terimakasih untuk segala cinta, kasih sayang, dukungan dan doa yang tak kunjung henti hingga kini dan selamanya untuk saya.
10. Saudara satu-satunya, Wahyu Setiaji terimakasih untuk segala cinta, kasih sayang, dukungan dan doa yang tak kunjung henti hingga kini dan esok untuk saya.
11. Teman-teman manajemen B angkatan 2018 dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan yang telah berjuang bersama dan memberikan berbagai macam kenangan baik duka maupun suka selama perkuliahan.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu. Aamiin

Wassalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh.

Purwokerto, 14 Januari 2022

Penulis



Dwi Indah Lestari

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO RUBYLICIOUS
PURWOKERTO
(Studi pada Remaja di Kota Purwokerto)**

Dwi Indah Lestari¹
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
indahdwi97@gmail.com

Muchammad Agung Miftahuddin²
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
amif_ump@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand image*, kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, teknik pengambilan sampel *non probability*, didapat melalui *purposive sampling* adalah metode penetapan sampel dengan berdasarkan kriteria-kriteria tertentu. Sampel penelitian ini sebanyak 120 responden. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi berganda. Data dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif, uji asumsi klasik dan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *brand image*, kualitas pelayanan dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara parsial variabel *brand image* dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan promosi berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel *brand image* merupakan faktor yang paling berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : *brand image*, kualitas pelayanan, promosi, keputusan pembelian

**THE EFFECT OF BRAND IMAGE, QUALITY OF SERVICE AND
PROMOTION ON PURCHASE DECISIONS AT RUBYLICIOUS STORE
PURWOKERTO
(Study on Adolescents in Purwokerto City)**

Dwi Indah Lestari¹
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
indahdwi97@gmail.com

Muchammad Agung Miftahuddin²
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
amif_ump@yahoo.com

ABSTRACT

This study was to analyze the effect of brand image, service quality and promotion on purchasing decisions. This study uses quantitative methods, non-probability sampling techniques, obtained through purposive sampling is a method of determining the sample based on certain criteria. The sample of this research is 120 respondents. The research method used in this research is multiple regression analysis. Data were analyzed using descriptive analysis, classical assumption test and multiple regression analysis. The results showed that the variables of brand image, service quality and promotion simultaneously had a significant effect on purchasing decisions. Partially, brand image and service quality variables have a significant effect on purchasing decisions, while promotions have no significant negative effect on purchasing decisions. Brand image variable is the most dominant factor influencing purchasing decisions.

Keywords: brand image, service quality, promotion, purchase decision

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS	iv
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Pembatasan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian.....	10
E. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Landasan Teori	12
1. Keputusan pembelian	13
2. Brand Image	15
3. Kualitas Pelayanan	18
4. Promosi	19
B. Hasil Penelitian Terdahulu	21
C. Kerangka Pemikiran.....	25
D. Hipotesis	30

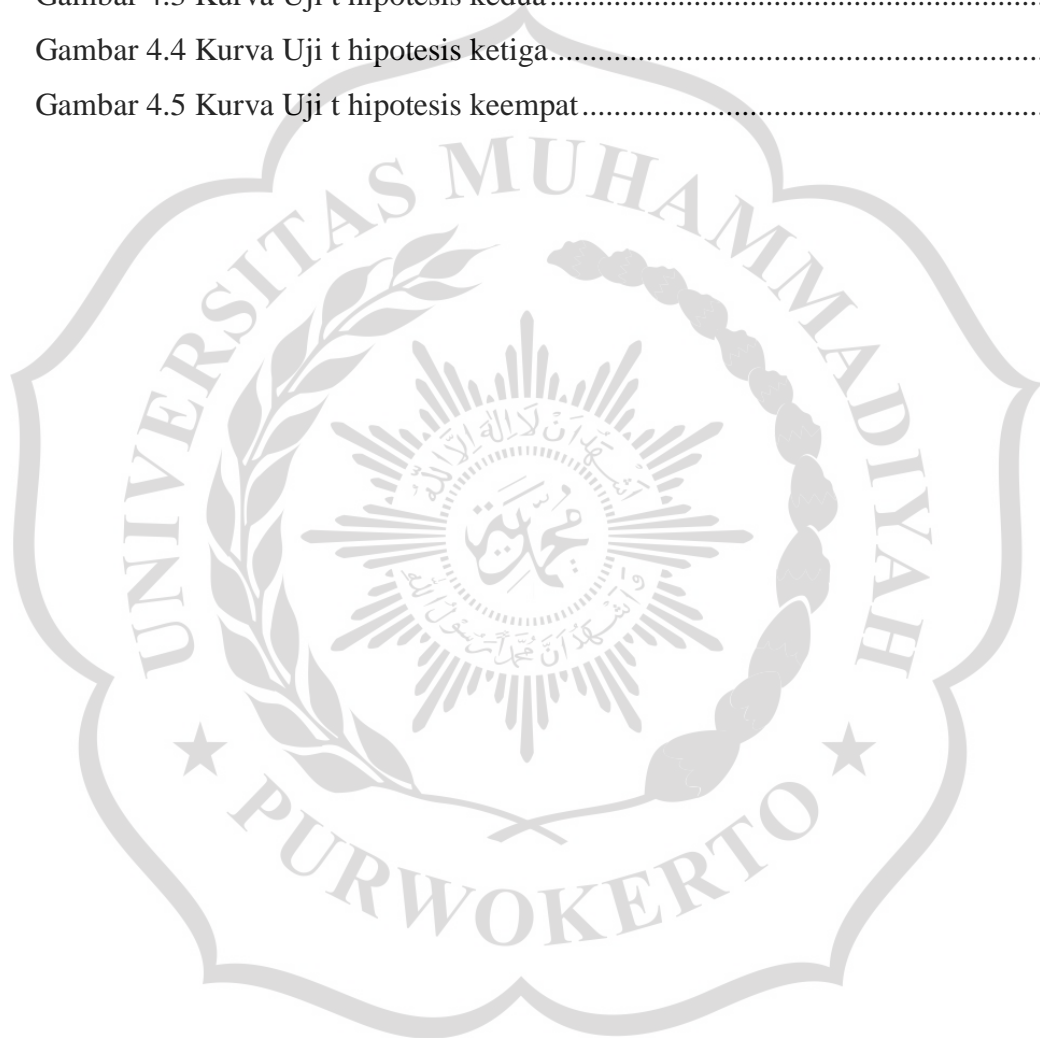
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
A. Jenis Penelitian	31
B. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	31
C. Jenis, Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	34
D. Variabel Penelitian	36
E. Definisi Operasional Variabel	37
F. Metode Analisis Data	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
A. Hasil Penelitian	50
1. Gambaran Umum Rubylicious.....	50
2. <i>Response Rate</i>	51
3. Karakteristik Responden	52
4. Statistik Deskriptif.....	54
5. Metode Analisis Data	60
B. Pembahasan.....	78
BAB V PENUTUP	83
A. Simpulan.....	83
B. Keterbatasan Penelitian.....	83
C. Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA.....	85
LAMPIRAN.....	89

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1	Skala Likert	36
Tabel 3.2	Definisi Operasional.....	37
Tabel 4.1	Response Rate	51
Tabel 4.2	Deskripsi Responden.....	52
Tabel 4.3	Hasil Uji Statistik Deskriptif <i>Brand Image</i>	55
Tabel 4.4	Hasil Uji Statistik Deskriptif Kualitas Pelayanan	56
Tabel 4.5	Hasil Uji Statistik Deskriptif Promosi	57
Tabel 4.6	Hasil Uji Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian.....	59
Tabel 4.7	Hasil Pengujian Validitas Variabel <i>Brand Image</i> (X1).....	61
Tabel 4.8	Hasil Pengujian Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2).....	62
Tabel 4.9	Hasil Pengujian Validitas Variabel Promosi (X3)	63
Tabel 4.10	Hasil Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	63
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas	65
Tabel 4.12	Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	66
Tabel 4.13	Hasil Uji Multikolinearitas.....	67
Tabel 4.14	Hasil Uji Heteroskedastisitas	68
Tabel 4.15	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji t	70
Tabel 4.16	Hasil Uji Determinasi.....	72
Tabel 4.17	Hasil Uji Simultan (F)	73
Tabel 4.18	Rekapitulasi Hasil Penelitian	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	29
Gambar 4.1 Instagram Rubylicious Purwokerto.....	51
Gambar 4.2 Kurva Uji F.....	74
Gambar 4.3 Kurva Uji t hipotesis kedua.....	75
Gambar 4.4 Kurva Uji t hipotesis ketiga.....	76
Gambar 4.5 Kurva Uji t hipotesis keempat.....	77



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian	90
Lampiran 2. Deskripsi Responden	98
Lampiran 3. Deskripsi Statistik.....	103
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas	120
Lampiran 5. Uji Reliabilitas.....	121
Lampiran 6. Hasil Uji Normalitas.....	122
Lampiran 7. Hasil Uji Multikolinearitas	122
Lampiran 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	122
Lampiran 9. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	123
Lampiran 10. Hasil Uji Determinasi	123
Lampiran 11. Hasil Uji Simultan (F)	124
Lampiran 12. Hasil Uji t.....	124
Lampiran 13. r tabel	125
Lampiran 14. f tabel	127
Lampiran 15. t tabel	128