

**PENGARUH MEREK, KUALITAS PRODUK, KUALITAS  
LAYANANDAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK KHIMAR SIMPEL DI TOKO BY KK PONOROGO**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagai syarat-syarat  
guna memperoleh gelar sarjana program strata satu (S1)

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

**Nama : Shofiatul Awaliyah**

**NIM : 13413072**

**Program Studi : Manajemen**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2017**

**HALAMAN PENGESAHAN**

Judul : Pengaruh Merek, Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Produk Khimar Sempel di Toko By KK Ponorogo.

Nama : Shofiatul Awaliyah

NIM : 13413072

Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Starta Satu (S-1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Pembimbing I



Drs. Ec. Purwanto, MM  
NIK 19531024 199309 14

Ponorogo, 12 Agustus 2017

Pembimbing II



Edi Santoso, SE, M.si  
NIK 19740311 200103 12

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi



Titi Rapini, SE, MM  
NIP 19630505 199003 2 003

Dosen Penguji 1



Drs. Ec. Purwanto, MM  
NIK 19531024 199309 14

Dosen Penguji  
Dosen Penguji 2



Dra. Umi Farida, MM  
NIK 19610110 199112 13

Dosen Penguji 3



Titi Rapini, SE, MM  
NIP 19630505 199003 2003

## RINGKASAN

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya penurunan jumlah konsumen yang membeli khimar simpel di Toko BY KK. Di dalam penelitian ini peneliti tertarik untuk membahas mengenai keputusan konsumen yang melakukan pembelian produk khimar simpel di Toko BY KK. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Merek, Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Khimar Sempel di Toko BY KK.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dengan metode kuisioner terhadap 50 responden dengan menggunakan teknik *insidental sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda yang berfungsi untuk membuktikan hipotesis penelitian. Hasil persamaan regresi linier berganda setelah diolah dengan menggunakan SPSS menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 0,144 + 0,220X_1 + 0,243 X_2 + 0,188X_3 + 0,593X_4$$

Berdasarkan hasil analisis yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel Merek, Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian khimar simpel Toko BY KK. Nilai *R Square* sebesar 0,599 , yang berarti sumbangan variabel independen( merek, kualitas produk, kualitas layanan, dan lokasi) terhadap naik turunnya keputusan pembelian adalah sebesar 59,9 % dan sisanya sebesar 40,1 % merupakan sumbangan dari variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

**Kata kunci : Merek, Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Lokasi dan Keputusan Pembelian**

## **PERSEMBAHAN**

*Bismillahirrahmanirrahim*

**Dengan ini, saya persembahkan karya ini untuk :**

### **Ibu dan Bapak**

Bapak, terimakasih atas limpahan kasih sayang, pengorbanan dan perjuanganmu untukku. Aku mengerti setiap langkahmu selama ini memberikan arti yang besar dalam hidupku. Ibu, terimakasih atas limpahan doa, kasih sayang dan dukunganmu yang selalu menguatkan dalam segala hal.

### **Saudaraku**

Semoga dengan adanya karya ini dapat memotivasi hidupmu. Semua teguran dan hantakanmu adalah upaya untuk membuatmu lebih baik dariku. Terimakasih atas do'a serta dukungan darimu.

### **Sahabatku Tersayang**

Tim Bismillah Nanda, Amintry, Ria Puji Lestari, Erika, kalian memang sahabat yang luar biasa, kebersamaan kita saat berjuang bisa memotivasi satu dengan lainnya. Mas Bayu Samodro, terimakasih atas berbagai teguran, peringatan dan bantuannya. Saya menyadari semua itu bermaksud untuk menjadikan saya lebih baik, disiplin dan dewasa dalam menghadapi segala permasalahan dalam kehidupan duniawi.

### **Sahabat KecilKu**

Maha Putri, Nova, Rika terimakasih selalu mengingatkan dan setia menemani saat berjuang. Kalian tetap sama seperti dulu walau jarak dan waktu membatasi kita, persahabatan ini tetaplah terjaga dan solid.

### **Teman-teman terbaikku**

Seluruh teman-teman manajemen A angkatan 2013 terimakasih atas motivasi dan bantuan kalian. Para Admin BY KK Ponorogo Estrina, Mbak Kiki, Mbak Epa, Mbak Titin, Mbak cucuk, Mas Andre, Nanang terimakasih atas do'a dan dukungan kalian semuanya.



## **MOTTO**

**“LAWANLAH KEGELAPAN PADA DIRIMU SEBELUM MELAWAN  
KEGELAPAN DUNIA”**

**“TIADA KERJA KERAS YANG TIDAK BERBUAH HASIL”**

**“DO'A IBU ADALAH SUMBER KEKUATAN YANG LUAR BIASA”**

**“Saya pejalan lambat, tetapi saya tidak pernah mundur”**

**(SHOFIATUL AWALIYAH)**



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas limpahan karunia-nya skripsi ini akhirnya dapat terselesaikan dengan judul **PENGARUH MEREK, KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KHIMAR SIMPEL (Studi kasus pada konsumen Toko By KK)** dengan baik. Sholawat serta salam semoga terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagai persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Drs. Sulton, M.Si., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Ibu Titi Rapini, SE, MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Ibu Dra. Umi Farida MM. Selaku Ketua Prodi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Bapak Drs. Ec. Purwanto, MM. selaku dosen pembimbing I atas segala arahan dan bimbingannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
5. Bapak Edi Santoso, SE, M.M. selaku dosen pembimbing II atas segala arahan dan bimbingannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.

6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama penulis duduk di bangku kuliah.
7. Kedua orangtua, Bapak Sudarno dan Ibu Hermin atas kesabaran, do'a dan tidak pernah lelah dalam mendidik dan memberi cinta yang tulus dan ikhlas kepada penulis sejak kecil.
8. Pihak By KK Ponorogo yang telah memberikan ijin penelitian dan sekaligus banyak membantu kegiatan dalam penelitian ini.
9. Kedua orangtua, Bapak Sudarno dan Ibu Hermin atas kesabaran, do'a dan tidak pernah lelah dalam mendidik dan memberi cinta yang tulus dan ikhlas kepada penulis sejak kecil.
10. Teman-teman semua atas kebersamaan dan bantuan yang berarti bagi penulis.

Semoga Allah SWT memberikan balasan atas kebaikan kepada semuanya. Demi perbaikan selanjutnya, saran dan kritik yang membangun akan penulis terima dengan senang hati. Akhirnya, hanya kepada Allah SWT penulis serahkan segalanya mudah-mudahan dapat bermanfaat khususnya bagi penulis umumnya bagi kita semua.

Ponorogo, 12 Agustus

Penulis,

(SHOFIATUL AWALIYAH)



## **PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR**

### **KODE ETIK PENELITIAN**

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dandisebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 12 Agustus 2017



.(Shofiatul Awaliyah)

NIM : 13413072

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
RINGKASAN .....	iii
PERSEMBAHAN.....	iv
MOTTO .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	8
1.3.2 Manfaat Penelitian .....	9
1.3.3 Jangka Waktu Penelitian.....	10
1.3.4 Pembatasan Masalah.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori .....	12
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	12
2.1.1.1. Proses Pemasaran .....	14
2.1.1.2. Pasar .....	17
2.1.2 Bauran Pemasaran .....	19
2.1.3 Merek.....	23
2.1.3.1 Pengertian Merek.....	23

2.1.3.2	Manfaat Merek .....	25
2.1.3.3	Ekuitas Merek .....	27
2.1.3.4	Membangun merek yang kuat .....	28
2.1.4	Kualitas Produk .....	30
2.1.4.1	Pengertian Kualtas Produk .....	30
2.1.4.2	Klarifikasi Produk .....	31
2.1.4.2	Dimensi Kualitas Produk .....	35
2.1.5	Kualitas Layanan .....	39
2.1.5.1	Dimensi Kualitas Layanan .....	42
2.1.6	Lokasi .....	44
2.1.7	Perilaku Konsumen.....	46
2.1.7.1	Faktor-faktor yang memepengaruhiperilaku konsumen.....	47
2.1.7.2	Model Perilaku Konsumen .....	52
2.1.8	Keputusan Pembelian .....	55
2.1.8.1	Peranan Konsumen Dalam Keputusan Pembelian .....	58
2.2	Penelitian Terdahulu .....	59
2.3	Kerangka Pemikiran .....	66
2.4	Hipotesis .....	67
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>68</b>
3.1	Ruang Lingkup Penelitian .....	68
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian.....	68
3.2.1	Populasi .....	68
3.2.2	Sampel Penelitian .....	68
3.3	Jenis Data.....	70
3.3.1	Data Primer .....	70
3.3.2	Data Sekunder.....	70
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	71
3.4.1	Kuisisioner .....	71
3.4.2	Observasi .....	72

3.5	Definisi Operasional Variabel .....	72
3.5.1	Variabel Bebas ( <i>independent</i> ) (X) .....	72
3.5.2	Variabel Terikat ( <i>dependent</i> ) (Y) .....	75
3.6	Metode Analisis Data .....	75
3.6.1	Uji Instrumen .....	76
3.6.2	Alat Analisis .....	78
3.6.3	Pengujian Model dan Hipotesis .....	79
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		 82
4.1	Gambaran Umum Perusahaan .....	82
4.1.1	Sejarah Perusahaan .....	82
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan .....	83
4.1.2.1	Visi Perusahaan .....	83
4.1.2.2	Misi Perusahaan .....	83
4.1.3	Merek di Toko By KK .....	84
4.1.4	Kualitas Produk di Toko By KK .....	84
4.1.5	Kualitas Layanan di Toko By KK .....	84
4.1.6	Lokasi di Toko By KK .....	85
4.1.7	Keputusan Pembelian di Toko By KK .....	85
4.2	Hasil Penelitian .....	86
4.2.1	Hasil olah data atas tanggapan atau jawaban responden .....	91
4.2.1.1	Variabel Merek (X1) .....	92
4.2.1.2	Variabel Kualtas Produk (X3) .....	94
4.2.1.3	Variabel Kualitas Layanan (X3) .....	96
4.2.1.4	Variabel Lokasi (X4) .....	98
4.2.1.5	Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	101
4.3	Analisis Data .....	104
4.3.1	Uji Instrumen .....	104
4.3.1.1	Uji Validitas .....	104
4.3.1.2	Uji Reliabilitas .....	106
4.3.2	Analisis Regresi Berganda .....	108

4.3.3	Analisis Koefisien Determinasi .....	111
4.3.4	Pengujian Hipotesis .....	112
4.3.4.1	Secara Parsial (Uji T) .....	112
4.3.4.2	Secara Serempak (Uji F) .....	118
4.4	Pembahasan dan Implikasi .....	120
4.4.1	Pengaruh Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	120
4.4.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	121
4.4.3	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian .....	122
4.4.4	Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian .....	123
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		125
5.1.	Kesimpulan .....	125
5.2.	Saran .....	126
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Konsumen yang Melakukan Pembelian Produk Khimar Sempel di By KK Ponorogo .....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	59
Tabel 4.1 Konsumen yang melakukan pembelian produk Khimar Sempel di By KK Ponorogo .....	85
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	87
Tabel 4.3. Responden Berdasarkan Daerah Asal .....	88
Tabel 4.4. Responden Berdasarkan Usia .....	89
Tabel 4.5. Responden Berdasarkan Pendidikan .....	90
Tabel 4.6. Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	91
Tabel 4.7. Tanggapan Responden Mengenai Merek (X1) .....	92
Tabel 4.8. Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk (X2) .....	94
Tabel 4.9. Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Layanan (X3) .....	96
Tabel 4.10. Tanggapan Responden Mengenai Lokasi (X4) .....	99
Tabel 4.11. Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian (Y) .....	101
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Validitas .....	105
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Reliabilitas .....	107
Tabel 4.14 Analisis Regresi Linier Berganda .....	108
Tabel 4.15 Analisis Koefisien Determinasi .....	111
Tabel 4.16 Hasil Uji T .....	113
Tabel 4.17 Hasil Uji F .....	118

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Sederhana Proses Pemasaran .....	14
Gambar 2.2. Elemen-elemen Sistem Pemasaran Moderen .....	18
Gambar 2.3. Keputusan Strategi Merek Utama .....	28
Gambar 2.4. Model Perilaku Konsumen.....	52
Gambar 2.5 Model perilaku konsumen atas keputusan pembelian.....	54
Gambar 2.6. Model Lima Tahap Proses Pembelian.....	56
Gambar 2.7. Kerangka Pemikiran.....	66
Gambar 4.1.Kurva T Hitung Untuk Variabel Merek (X1) .....	114
Gambar 4.2.Kurva T Hitung Untuk Variabel Kualitas Produk (X2).....	115
Gambar 4.3.Kurva T Hitung Untuk Variabel Kualitas Layanan (X3).....	116
Gambar 4.4.Kurva T Hitung Untuk Variabel Lokasi (X4).....	117
Gambar 4.4. Kurva Uji F .....	119

