



**UNIVERSITAS
PGRI ADI BUANA
SURABAYA**

SKRIPSI

**Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan
Promosi Terhadap Keputusan Pembelian
Produk Eiger di Eiger Flagship MERR
Surabaya**

**Muhamad Asrori
151500122**

**Dosen Pembimbing
Tony Susilo Wibowo, S.E, M.Pd, MSM**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
2020**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhamad Asrori
NIM : 151500122
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian (skripsi) saya dengan judul :

“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger di Eiger Flagship MERR Surabaya” yang saya usulkan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Tahun Akademik 2019-2020 bersifat original.

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini (ditemukan unsur plagiasi), maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 13 Januari 2020

Mahasiswa,


ad Asrori
NIM: 151500181

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK EIGER DI EIGER
FLAGSHIP MERR SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya**

MUHAMAD ASRORI

151500122

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA

2020

Motto

*"Seorang terpelajar harus sudah berbuat adil sejak dalam pikiran apalagi dalam perbuatan". -
Pramoedya Ananta Toer.*

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing dan layak
untuk di uji:

Tanggal : 17 Januari 2020

Dosen Pembimbing I



Tony Susilo Wibowo, SE, M.P.d, MSM
NPP/NIP : 0709494/DY

HALAMAN PENGESAHAN

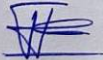
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger di Eiger Flagship MERR Surabaya.

Identitas Mahasiswa :

- a. Nama : Muhamad Asrori
- b. NIM : 151500122
- c. Program Studi : Manajemen
- d. Fakultas : Ekonomi
- e. Alamat e-mail : masrori337@gmail.com

Surabaya, 07 Februari 2020

Mengetahui,
Dosen Pembimbing



Tony Susilo Wibowo, SE, M.Pd, MSM
NIP/NPP : 0709494/DY



Dya. Siti Istikhroh, Msi
NIP : 196710191992032001

Ketua Program Studi,



Tony Susilo Wibowo, SE, M.Pd, MSM
NIP/NPP : 0709494/DY

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Robbil'alamin, puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT dengan segala limpahan petunjuk dan bimbingan serta berbagai kenikmatan yang telah diberikan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: **"Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger di Eiger Flagship MERR Surabaya"**.

Selama proses penulisan hingga terselesaikannya skripsi ini, penulis banyak mendapat motivasi dan dukungan dari beberapa pihak, untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. M. Subandowo, Msi selaku Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
2. Ibu Dra. Siti Istikhroh Msi selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. Bapak Tony Susilo Wibowo, SE, M.Pd, MSM selaku Ketua Program Studi Manajemen dan Dosen Pembimbing Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, atas pendidikan selama dibangku kuliah.
5. Bapak selaku Pimpinan Eiger Flagship MERR Surabaya yang telah memberi ijin penelitian kepada penulis hingga skripsi ini selesai tepat waktu.
6. Kepada kedua orang tua saya Bapak Samsul Ma'arif dan Ibu Siti Subakhah, kakak saya Fathur Rozi yang telah mendukung selama pengerjaan skripsi ini.

7. Sahabat dan rekan seperjuangan Manajemen E 2015, Aliansi Kontrakan (Lintar , Eick, Fahri) Aliansi Warkop Latte, Aliansi Warkop Jelata) yang tiada henti memberi dukungan dan motivasi kepada penulis.

Dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang sangat penulis harapkan. Akhir nya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Surabaya, 13 Januari 2020

Penulis,

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
LEMBAR KEASLIAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7

BAB II TELAAH PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	11
2.2.1 Pemasaran	11
2.2.2 Perilaku konsumen	12

2.2.2.1	Pengertian Perilaku Konsumen	12
2.2.2.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	13
2.2.3	Merek	17
2.2.3.1	Pengertian Merek	18
2.2.3.2	Manfaat Merek	19
2.2.3.3	Karakteristik Merek	19
2.2.4	Citra Merek.....	20
2.2.4.1	Pengertian Citra Merek	20
2.2.4.2	Manfaat Citra Merek.....	21
2.2.4.3	Indikator Citra Merek.....	22
2.2.5	Kualitas Produk	22
2.2.5.1	Pengertian Kualitas produk	22
2.2.5.2	Tingkatan Produk	23
2.2.5.3	Dimensi Kualitas Produk	24
2.2.5.4	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	25
2.2.5.5	Indikator Kualitas Produk.....	28
2.2.6	Promosi.....	29
2.2.6.1	Pengertian Promosi	29
2.2.6.2	Tujuan Promosi	30
2.2.6.3	Tahap proses Promosi	32
2.2.6.4	Indikator promosi	33
2.2.7	Keputusan pembelian.....	33
2.2.7.1	Pengertian Keputusan Pembelian	33
2.2.7.2	Tahapan Dalam Keputusan Pembelian.....	34
2.2.7.3	Faktor-faktor yang Mempengaruhi keputusan Pembelian	36
2.2.7.4	Struktur Keputusan Pembelian	39
2.2.7.5	Macam-macam Keputusan Pembelian.....	40
2.2.7.6	Indikator Keputusan Pembelian.....	41

2.3 Kerangka Konseptual	43
2.4 Hipotesis	44

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian.....	45
3.1.1 Jenis Penelitian.....	46
3.1.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	47
3.1.2.1 Lokasi penelitian	47
3.1.2.2 Waktu Penelitian.....	47
3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	47
3.2.1 Populasi	47
3.2.2 Sampel	47
3.2.3 Teknik pengambilan Sampel	48
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	48
3.3.1 Jenis data	48
3.3.2 Sumber Data.....	48
3.4 Teknik pengumpulan data	49
3.5 Variabel penelitian dan Definisi Operasional variabel.....	50
3.5.1 Variabel penelitian.	50
3.5.2 Definisi operasional variabel.....	51
3.6 Teknik analisis data.....	52
3.6.1 Uji Validitas.....	52
3.6.2 Uji Reabilitas	53
3.6.3 Uji asumsi klasik.....	54
3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda	57
3.6.5 Uji Hipotesis.....	58
3.6.5.1 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	58
3.6.5.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	59
3.6.5.3 Analisa Koefisien Determinasi	60

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Penyajian data penelitian.....	63
4.1.1 Gambaran Umum.....	63
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan Eiger	64
4.1.3 Produk-produk Eiger	65
4.2 Gambaran umum responden	65
4.2.1 Data responden berdasarkan jenis kelamin. ...	65
4.2.2 Data responden berdasarkan usia.....	66
4.3 Deskripsi hasil penelitian	63
4.5.2 Hasil kuisisioner.....	67
4.5.3 Deskripsi data penelitian.....	67
4.4 Hasil analisis data.....	72
4.4.1 Pengujian instrumen penelitian	72
4.4.1.1 Hasil pengujian validitas.....	72
4.4.1.2 Hasil pengujian reliabilitas.....	74
4.5 Pengujian asumsi klasik.....	74
4.5.1 Hasil pengujian normalitas.....	75
4.5.2 Hasil pengujian multikolinearitas.....	76
4.5.3 Uji Autokorelasi.....	77
4.5.4 Uji Heteroskedastisitas.....	78
4.5.5 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda.....	78
4.5.6 Pengujian hipotesis.....	79
4.5.5.1 Uji hipotesis parsial (uji t).....	79
4.5.5.2 Uji hipotesis simultan (uji f)	81
4.6 Pembahasan hasil penelitian	82

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	85
5.2 Saran.....	86

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Penelitian terdahulu yang mendukung penelitian....	13
2.3 Kerangka Konseptual.....	45
3.1 Rancangan Penelitian.....	48
4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
4.2 Data Responden berdasarkan Usia.....	68
4.3 Deskripsi Hasil Penelitian	69
4.4 Jawaban Responden Mengenai Variabel Citra Merek70	
4.5 Jawaban responden mengenai Variabel Kualitas produk	71
4.6 Jawaban responden Mengenai Variabel Promosi.....	72
4.7 Jawaban responden mengenai variabel keputusan pembelian.....	73
4.8 Hasil Pengeujian Validitas.....	75
4.9 Hasil Pengeujian Reabilitas	77
4.10 Uji Normalitas.....	78
4.11 Uji Multikolinieritas	79
4.12 Uji Autokorelasi.....	80

4.13 Uji Heteroskedastisitas.....	80
4.14 Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	81
4.15 Hasil Uji t.....	83
4.16 Hasil uji F	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Konseptual	43
3.1 Rancangan Penelitian.....	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Berita Acara Bimbingan Skripsi

Lampiran 2 Surat Keterangan Perijinan Penelitian

Lampiran 3 Lembar Persetujuan

Lampiran 4 Daftar Hadir Seminar Proposal

Lampiran 5 Kuesioner

Lampiran 6 Tabulasi

Lampiran 7 Hasil Olah Data SPSS