

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. POS INDONESIA
61100 GRESIK**



**Oleh:
ILHAM AMANI NURFI
NIM: 13.312.129**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK
2019**

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. POS INDONESIA
61100 GRESIK**

Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Manajemen

**Oleh:
ILHAM AMANI NURFI
NIM: 13.312.129**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK
2019**

MOTTO

“Ketika Idealitas Hanya Diatas Kertas”

PERSEMBAHAN

Sujud syukurku persembahkan kepada Allah yang maha kuasa, berkat dan rahmat-Nya, sehingga karya ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini saya persembahkan untuk orang-orang tersayang :

Kedua orang tua tercinta Bapak Agus Supriyono dan Ibu Sri sulistyawati dan istri tercinta Indah Try Puspita Sari yang selalu mengiringi do'a dan semangat, serta kasih sayang yang tiada hentinya agar penulis dapat menyelesaikan studi dan skripsi ini.

Keluarga besar saya yang selalu mendukung dan memberikan semangat

Kakak dan adik tersayang Ilmi Rizky Hakiki dan Aqil Rafi Ramadhan yang selalu memberikan semangat kepada peneliti untuk menyelesaikan laporan ini

Terima kasih kepada Perusahaan Matahari Departement Store Gresik, PT. Siam Maspion Terminal, PT. Bank Woori Saudara, PT. Aneka Jasa Grhadika, PT. Pos Indonesia 61100 Gresik.

Selama saya kuliah 6 tahun saya bekerja dan membiayai kuliah dan kehidupan sehari – hari

Seluruh teman – teman Universitas Muhammadiyah Gresik yang telah memberikan semangat kepada peneliti untuk menyelesaikan laporan ini

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah subhanahu wata'ala dzat yang maha pencipta alam semesta beserta isinya. Yang telah memberikan rahmat, taufik, serta hidayah-nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Pos Indonesia 61100 Gresik”.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan program sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik. Dalam penyusunan ini peneliti mendapat bantuan dari beberapa pihak, oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan Terima Kasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Setyo Budi, M.S selaku rektor Universitas Muhammadiyah Gresik.
2. Suwarno, SE., M.Si selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik.
3. Anita Handayani, S.E.,M.SM selaku kepala prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik.
4. M.Agung Suriyanto, MSM selaku dosen pembimbing pertama yang memberikan bimbingan pada peneliti selama proses penulisan proposal penelitian.
5. Abdurrahman Faris, M.S.M selaku dosen pembimbing kedua yang memberikan bimbingan pada peneliti selama proses penulisan proposal penelitian.
6. Bapak/Ibu karyawan PT. Pos Indonesia 61100 Gresik yang bersedia membimbing penulis selama kegiatan penelitian.
7. Seluruh dosen Universitas Muhammadiyah Gresik yang telah memberikan ilmunya kepada peneliti.
8. Kedua orang tua tercinta Bapak Agus Supriyono dan Ibu Sri sulistyawati yang selalu mengiringi do'a dan semangat, serta kasih sayang yang tiada hentinya agar penulis dapat menyelesaikan studi dan skripsi ini.
9. Kakak dan adik tersayang Ilmi Rizky Hakiki dan Aqil Rafi Ramadhan yang selalu memberikan semangat kepada peneliti untuk menyelesaikan laporan ini
10. Terima kasih kepada Perusahaan Matahari Departement Store Gresik, PT. Siam Maspion Terminal, PT. Bank Woori Saudara, PT. Aneka Jasa Grhadika, PT. Pos Indonesia 61100 Gresik. Selama saya kuliah 6 tahun saya bekerja dan membiayai kuliah dan kehidupan sehari – hari

11. Seluruh teman – teman Universitas Muhammadiyah Gresik yang telah memberikan semangat kepada peneliti untuk menyelesaikan laporan ini.

Peneliti menyadari bahwa penulisan proposal ini masih jauh dari kesempurnaan, mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan dalam penulisan proposal penelitian diwaktu yang akan datang. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih dan Semoga laporan ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan umumnya bagi pembaca.

Gresik, 18 Juli 2019

Penulis

SKRIPSI

Ilham Amani Nurfi, 13312129, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada PT. Pos Indonesia 61100 Gresik, Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik, Juli, 2019.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada PT. Pos Indonesia 61100 Gresik. Pendekatan penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pada PT. Pos Indonesia 61100 Gresik yang tidak diketahui jumlahnya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non probability sampling dengan jenis insidental sampling yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan bertemu dengan peneliti yang dapat digunakan sebagai sampel sebanyak 96 responden. Pengumpulan data menggunakan skala likert. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linier berganda. Hasil pengujian secara parsial dengan menggunakan uji t dengan ketentuan apabila t hitung $>$ t tabel dengan tingkat signifikansi $<$ 0,05 (5%) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X_1) kualitas produk (X_2) citra merek (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada PT. Pos Indonesia 61100 Gresik.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian.

Ilham Amani Nurfi, 13312129, **The Influence of Service Quality, Product Quality and brand image on purchasing decisions at PT. Pos Indonesia 61100 Gresik**, Management, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Gresik, July, 2019.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality, product quality and brand image on purchasing decisions at PT. Pos Indonesia 61100 Gresik. The research approach uses a quantitative approach. The population in this study were consumers at PT. Pos Indonesia 61100 Gresik, whose number is unknown. The sampling technique used was non-probability sampling with the type of incidental sampling, which is a sampling technique based on chance to meet researchers who can be used as a sample of 96 respondents. Data collection using a Likert scale. The analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis techniques. Partial test results using the t test provided that if $t_{count} > t_{table}$ with a significance level < 0.05 (5%) indicates that service quality (X1) product quality (X2) brand image (X3) has a positive and significant effect on decisions purchase (Y) at PT. Pos Indonesia 61100 Gresik.

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

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAKSI	iii
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
1.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Teori Umum	10
2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	10
2.2.2 Prinsip – Prinsip kualitas pelayanan	10
2.2.3 Indikator – Indikator kualitas pelayanan	12
2.3 Konsep Kualitas Produk	13
2.3.1 Pengertian Kualitas Produk	13
2.3.2 Dimensi Kualitas Produk	14
2.3.3 Faktor – Faktor Mempengaruhi Kualitas Produk	15
2.3.4 Indikator - Indikator kualitas produk	17
2.4 Citra Merek	18
2.4.1 Citra (<i>Image</i>)	18
2.4.2 Merek (<i>Brand</i>).....	18
2.4.3 Faktor – Faktor Mempengaruhi Citra Merek	19
2.4.4 Citra Merek	19
2.4.5 Indikator - Indikator Citra Merek	20
2.5 Keputusan Pembelian	21
2.5.1 Peran dan proses dalam keputusan pembelian	23
2.5.2 Indikator - Indikator keputusan pembelian	25
2.6 Hubungan Antara Variabel	26
2.6.1 Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian	26
2.6.2 Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	27

2.6.3	Hubungan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian ...	28
2.7	Hipotesis	28
2.8	Kerangka Konseptual	29
BAB III	METODE PENELITIAN	30
2.1	Pendekatan Penelitian	30
3.2	Lokasi Penelitian	30
3.3	Populasi dan Sampel	30
2.3.1	Populasi	30
3.3.2	Sampel	30
3.4	Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel	31
3.4.1	Identifikasi Variabel	31
3.4.2	Definisi Operasional Variabel	32
3.5	Sumber dan Jenis Data	34
3.5.1	Data Primer	34
3.6	Teknik Pengumpulan Data	34
3.6.1	Kuisisioner	34
3.7	Teknik Analisis Data	35
3.7.1	Jenis Data	35
3.7.2	Sumber Data	35
3.9	Teknik Pengumpulan Data	35
3.10	Uji Instrumen	36
3.10.1	Uji Validitas	36
3.10.2	Uji Reliabilitas	37
3.11	Uji Asumsi Klasik	37
3.11.1	Uji Normalitas	37
3.11.2	Uji Multikolinearitas	38
3.11.3	Uji Heteroskedastitas	38
3.12	Teknik Analisis Data	39
3.12.1	Analisis Regresi Linier Berganda	39
3.12.2	Koefisien Determinasi (R^2)	40
3.13	Uji Hipotesis	40
3.14	Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t).....	40
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN INTREPRESTASI HASIL	42
4.1	Gambaran Umum dan Obyek Peneitian	42
4.1.1	Sejarah dan Profil	42
4.1.2	Visi dan Misi Profil	44
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	45
4.2.1	Karakteristik Responden	45
4.2.2	Diskripsi Responden	45
4.3	Tanggapan Responden	47
4.3.1	Kualitas Pelayanan (X1)	47
4.3.2	Kualitas Produk (X2).....	49
4.3.3	Citra Merek (X3).....	50
4.3.4	Keputusan Pembelian (Y)	52

4.4 Uji Instrumen	53
4.4.1 Uji Validitas	53
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	54
4.5 Uji Asumsi Klasik	55
4.5.1 Uji Normalitas	55
4.5.2 Uji Multikolinearitas.....	56
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	57
4.6 Teknik Analisis Data	58
4.6.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	58
4.6.2 Koefisien Determinasi (R^2) dan Koefisien Korelasi Ganda.	60
4.7 Uji Hipotesis	61
4.8 Interpretasi Hasil Analisis	64
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	67
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Rekomendasi	67
5.2.1 Bagi Aspek Manajerial.....	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN - LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
TABEL 1.1 : List Data komplain PT. Pos Indonesia 61100 Gresik.....	3
TABEL 2.1 : Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu	9
TABEL 3.6 : Skala Likert	35
TABEL 4.1 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
TABEL 4.2 : Karakteristik Berdasarkan Usia	46
TABEL 4.3 : Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	46
TABEL 4.4 : Tanggapan Responden	47
TABEL 4.5 : Tanggapan Dan Penilaian Responden Kualitas Pelayanan (X1).....	48
TABEL 4.6 : Tanggapan Dan Penilaian Responden Kualitas Produk (X2)	49
TABEL 4.7 : Tanggapan Dan Penilaian Responden Citra Merek (X3) ...	51
TABEL 4.8 : Tanggapan Dan Penilaian Responden Keputusan Pembelian (Y).....	52
TABEL 4.9 : Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian	53
TABEL 4.10 : Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian....	55
TABEL 4.11 : Koefisien <i>Tolerance Value</i> dan VIF Masing – Masing Variabel.....	57
TABEL 4.12 : Uji Regresi Linier Berganda.....	59
TABEL 4.13 : Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	60
TABEL 4.14 : Uji Analisis Uji Koefisien Parsial (Uji t)	61

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
GAMBAR 1.1 : Pendapatan PT. Pos Indonesia 61100 Gresik	2
GAMBAR 2.2 : Kerangka Konseptual	29
GAMBAR 2.5 : Tahap proses keputusan pembelian.....	24
GAMBAR 4.1 : Hasil Uji Normalitas.....	56
GAMBAR 4.2 : Hasil Uji Heteroskedastisitas	58
GAMBAR 4.3 : Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji t (Kualitas Pelayanan).....	64
GAMBAR 4.4 : Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji t (Kualitas Produk).....	64
GAMBAR 4.5 : Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji t (Citra Merek).....	65

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : Jadwal Penelitian

LAMPIRAN 2 : Kuisisioner

LAMPIRAN 3 : Tabel Tabulasi

LAMPIRAN 4 : Data Statistik (SPSS)

LAMPIRAN 5 : Tabel R

LAMPIRAN 6 : Tabel T

LAMPIRAN 6 : Struktur Organisasi PT. Pos Indonesia 61100 Gresik