

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK, DAN  
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
HIJAB ALILA SURABAYA**

**SKRIPSI**



**OLEH :**

**LAILI RAHMAWATI**

**NIM: 20141221097**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

**2019**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HIJAB ALILA SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi  
Salah satu persyaratan dalam menyelesaikan  
Program Sarjana Ekonomi**

**OLEH :**

**LAILI RAHMAWATI**

**NIM: 20141221097**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

**2019**

## PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama :Laili Rahmawati

NfM :20141221097

Program Studi :Manajemen

Fakultas :Ekonomi dan Bisois

Meoyatakan dengao sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis *ini* benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian atau seluruhnya.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini basil plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Surabaya,7 Februari 2019

Yang membuat pernyataan

  
Laili Rahmawati

## **MOTTO**

الَّذِينَ يُنْفِقُونَ فِي السَّرَّاءِ وَالضَّرَّاءِ وَالْكَاظِمِينَ الْغَيْظَ وَالْعَافِينَ عَنِ النَّاسِ  
وَاللَّهُ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ

***“(yaitu) orang-orang yang menafkahkan (hartanya), baik di waktu lapang maupun sempit, dan orang-orang yang menahan amarahnya dan memaafkan (kesalahan) orang. Allah menyukai orang-orang yang berbuat kebajikan.”  
(Qs. Ali Imran: 134)***

**PERSETUJUAN UNTUK UJIAN SKRIPSI**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK, DAN  
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
HIJAB ALILA SURABAYA**

Oleh:

**LAILI RAHMAWATI  
NIM. 20141221097**

Skripsi ini telah memenuhi persyaratan dan disetujui untuk diajukan

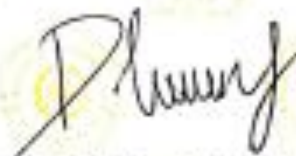
Surabaya, 29 Januari 2019

Dosen Pembimbing I,



Dra. Siti Salbiyah, M.Kes

Dosen Pembimbing II,



Budi Wahyu Mahardhika, SE., MM

Mengetahui,  
Kaprosdi Manajemen



Anita Roosmawarni, SE., M.SE

## PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

Skripsi ini telah diujikan dan disahkan dihadapan Komisi Penguji.

**Judul : PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HIJAB ALILA SURABAYA**

**Nama : LAILI RAHMAWATI  
NIM. 20141221097**

**Program Studi : Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surabaya**

**Pada Hari / Tanggal : .... / 01 Februari 2019  
Pukul : 08.00 WIB sampai dengan 08.30 WIB**

**Komisi Penguji terdiri dari :**

**Ketua Penguji :**



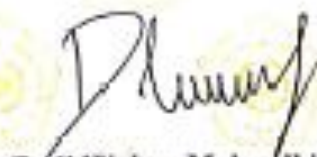
**Dra. Siti Saibiyah, M.Kes**

**Anggota**

**Anggota**



**Dr. M. Anang Firmansyah, MM**



**Budi Wahyu Mahardhika, SE., MM**

**Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis**



**Dr. Anna Marina, SE., M.Si., Ak., CA**

**Kaprodi Manajemen**



**Anita Roosmawarni, SE., M.SE**

## KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah saya panjatkan kehadiran Allah SWT, atas segala limpahan rahmat, taufiq serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Hijab Alila Surabaya”.

Penulisan skripsi ini untuk memenuhi persyaratan sebagai mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen.

Dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan masukan, arahan serta bimbingan dari berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. dr. Sukadiono, MM., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surabaya.
2. Ibu Dr. Anna Marina, M.Si, Ak, CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.
3. Ibu Anita Roosmawarni, SE., M.SE., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surabaya.
4. Ibu Dra. Siti Salbiyah, M.Kes., selaku Dosen Pembimbing I yang selalu memberikan bimbingan kepada penulis sampai terselesaikannya skripsi ini.
5. Bapak Budi Wahyu Mahardhika, SE.,MM, selaku Dosen Pembimbing II yang selalu memberikan bimbingan kepada penulis sampai terselesaikannya skripsi ini.

6. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surabaya yang telah banyak memberikan pengetahuan selama kuliah.
7. Pimpinan beserta karyawan Hijab Alila Surabaya yang telah memberikan ijin dan membantu penulis untuk mengadakan penelitian.
8. Rekan-rekan mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen dan teman-teman lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah sangat banyak membantu memberikan ide, waktu dan dukungan kepada penulis dalam penyusunan tugas akhir ini.
9. Suamiku (Adi Setiawan) telah memberikan semangat, kasih dan sayangnnya kepada penulis hingga terselesaikannya proposal skripsi ini.
10. Kedua orang tua, kakak, dan keluarga atas doa dan perhatiannya serta restunya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Kritik dan saran sangat penulis harapkan demi perbaikan dan kesempurnaan penulisan skripsi ini.

Surabaya, 30 Januari 2019

Penulis



## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>ix</b>

### BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	6
E. Sistematika Penulisan .....	6

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori.....	8
1. Pengertian Pemasaran .....	8
2. Bauran Pemasaran.....	9
3. Citra Merk ( <i>Brand Image</i> ) .....	11
4. Kualitas Produk.....	13
5. Harga .....	14
6. Perilaku Konsumen .....	18
7. Keputusan Pembelian.....	19
a. Tahapan Keputusan Pembelian .....	20
b. Tahap-tahap proses keputusan pembelian.....	20
B. Hubungan Antar Variabel .....	22
C. Penelitian Terdahulu .....	26
D. Kerangka Konseptual .....	30
E. Hipotesis.....	30

### BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian .....	32
B. Identifikasi Variabel.....	32
C. Definisi Operasional Variabel.....	33
D. Teknik Pengumpulan Data.....	34
E. Populasi dan Sampel .....	35
F. Teknik Pengolahan Data .....	36
G. Uji Instrumen .....	37
1. Uji validitas .....	37
2. Uji reliabilitas.....	37
H. Analisis Data .....	37
1. Uji Asumsi Klasik.....	38
2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	40
3. Uji R (Koefisiensi Korelasi) dan Uji R <sup>2</sup> (Koefisien Determinasi).....	40
4. Uji hipotesis .....	40

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Penelitian .....	42
B. Deskripsi Data Hasil Penelitian.....	45
1. Deskripsi Responden.....	45
2. Analisis Deskripsi Variabel.....	48
3. Uji Instrumen .....	52
a. Uji Validitas .....	53
b. Uji Reliabilitas .....	54
4. Uji Asumsi Klasik.....	55
a. Uji Normalitas .....	55
b. Uji Multikolinearitas .....	56
c. Uji Heterokedastisitas .....	57
5. Analisis Regresi Berganda .....	57
6. Uji R (Koefisiensi Korelasi) dan Uji R <sup>2</sup> (Koefisien Determinasi).....	59
C. Uji Hipotesis.....	60
1. Uji t .....	60
2. Uji F .....	62
D. Pembahasan.....	63
1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	63
2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	64
3. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	64
4. Pengaruh <i>Brand Image</i> , Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	65

## **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	67
B. Saran .....	67

## **DAFTAR RUJUKAN LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

No. Tabel	Halaman
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	47
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
4.4 Rekapitulasi Pernyataan Responden Mengenai <i>Brand Image</i> .....	48
4.5 Rekapitulasi Pernyataan Responden Mengenai Kualitas Produk .....	49
4.6 Rekapitulasi Pernyataan Responden Mengenai Harga.....	51
4.7 Rekapitulasi Pernyataan Responden Mengenai Keputusan Pembelian ..	52
4.8 Hasil Uji Validitas .....	53
4.9 Hasil Uji Reliabilitas .....	54
4.10 Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov-smirnov) .....	55
4.11 Hasil Uji Multikolinearitas .....	56
4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	57
4.13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	57
4.14 Hasil Uji Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	59
4.15 Hasil Uji t .....	61
4.16 Hasil Uji F .....	62

## **DAFTAR GAMBAR**

No. Gambar	Halaman
1.1 Data Penjualan Hijab Alila Surabaya .....	4
1.2 Data Pembeli Hijab Alila Surabaya.....	4
2.1 Proses Keputusan Pembelian .....	20
2.2 Kerangka Konseptual .....	30
3.1 Definisi Operasional Penelitian.....	33
4.1 Struktur Organisasi Hijab Alila.....	44

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Tabulasi Data
- Lampiran 2 Output SPSS
- Lampiran 3 Lembar Kuesioner
- Lampiran 4 Distribusi r Tabel
- Lampiran 5 Distribusi t Tabel
- Lampiran 6 Distribusi F Tabel
- Lampiran 7 Daftar Perbaikan Skripsi
- Lampiran 8 Endorsement Letter
- Lampiran 9 Bukti Bebas Plagiasi
- Lampiran 10 Bukti Bebas Pinjam
- Lampiran 11 Berita Acara Bimbingan
- Lampiran 12 Surat Ijin Penelitian
- Lampiran 13 Surat Balasan Penelitian

## DAFTAR RUJUKAN

- Aaker, David, A. dan Alexander, L. Biel, 2009, *Brand Equity and Advertising: Advertising Role In Building Strong Brand*, Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Hillsdale
- Anwar, I. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Disertai : Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Fatihudin, Didin. (2015). Metode Penelitian Untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi dari Teori ke Praktek. Penerbit Zifatama Publisher, Surabaya.
- Ghozali, Imam. (2012). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20. Semarang: UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21, Edisi 7. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hasan, Ali. 2008. Marketing. Penerbit Med IzPress (Anggota IKAPI): Yogyakarta
- Kotler, P. and Kevin L. K. 2013. Marketing Management. Fourteenth edition. England : Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 2012. Prinsip prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi Ke-12. Alih Bahasa oleh Bob Sabran. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip, dan Kevin L. Keller. 2009. Manajemen Pemasaran jilid 1. Alih Bahasa : Benyamin Molan. Edisi ketiga belas. Alih Bahasa: Bob Sabran. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip. (2010). Manajemen Pemasaran. Edisi ke-13, Jilid 1. Terjemahan: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Machfoedz, Mahmud, 2010. Komunikasi Pemasaran Modern. Cetakan Pertama, Cakra Ilmu, Yogyakarta.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis
- Schiffman, Leon G. and Leslie Lazar Kanuk., Consumer Behavior, 10th Edition, Boston: Pearson Education.2010
- Setiadi, Nugroho J. 2010. Perilaku Konsumen. Cetakan 4. Edidi Revisi. Jakarta : Kencana

- Subagyo Ahmad, 2010. *Marketing In Bussiness*, Edisi Pertama. Penerbit : Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R&D*. Alfabeta.
- Sumarni, M. dan Soeprihanto, J. 2010. *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan)*. (Edisi ke-5). Yogyakarta: Liberty.
- Surachman S.A. 2008. *Dasar-Dasar Manajemen Merek*. Edisi Pertama. Malang Bayumedia Publishing.
- Swastha, Basu Dharmmesta & Hani Handoko. 2012. *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*. Edisi 1. Yogyakarta : BPFE.
- Swastha, Basu. 2010. *Manajemen Penjualan: Pelaksanaan Penjualan*, BPFE– Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Manajemen, Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta : CV Andi Offset
- Xian, Gou Li, dkk. 2011. *Corporate-, Product-, and User-Image Dimensions and Purchase Intentions*. *Journal of Computers*, (6)9: 1875 1879 Yogyakarta.