

PENGARUH HARGA, CITRA MEREK, *AFTER SALES SERVICE* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PT.GEMILANG SUKSESTAMA MANDIRI

SKRIPSI

Oleh:

**STEPHANIE
NIM : 16.711.0253**



**UNIVERSITAS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
MIKROSKIL
MEDAN**

2020

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH HARGA, CITRA MEREK, *AFTER SALES SERVICE* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PT.GEMILANG SUKSESTAMA MANDIRI

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu
Program Studi Manajemen

Oleh:

STEPHANIE
NIM : 16.711.0253

Disetujui oleh :

Dosen Pembimbing I,

**UNIVERSITAS
MIKROSKIL**

Sugianta Ovinus Ginting,S.E.,M.M

Medan, 06 Juni 2020

Diketahui dan Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi
Manajemen,

Sugianta Ovinus Ginting,S.E.,M.M

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen STIE-Mikroskil Medan dengan identitas sebagai berikut:

Nama : Stephanie

NIM : 16.711.0253

Perminatn : Manajemen Bisnis

Saya telah melaksanakan penelitian dan penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut:

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Harga, Citra Merek, *After Sales Service* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

Tempat Penelitian : PT Gemilang Suksesstama Mandiri

Alamat Tempat Penelitian : Dusun I Gg. Kandar No. 99, Kota Medan

Sehubungan dengan Tugas Akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar. Bila di kemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuatnya), maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh STIE Mikroskil Medan, yakni Pencabutan ijazah yang telah saya terima dan ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada STIE Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif atas Tugas Akhir saya beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak ini, STIE Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian isi Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel dan buku. Demikian pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, 06 Juni 2020

Saya yang membuat pernyataan,



Stephanie

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Harga, Citra Merek, *After Sales Service* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada PT. Gemilang Suksestama Mandiri. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk dari PT. Gemilang Suksestama Mandiri dari periode juni 2019 – Februari 2020. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan metode teknik Sampling Jenuh dengan jumlah sampel sebanyak 60 responden. Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara kuesioner dan wawancara. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa variabel Harga, *After Sales Service*, dan Kualitas Produk secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen, sedangkan variabel Citra Merek secara parsial tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada PT. Gemilang Suksestama Mandiri. Secara simultan menunjukkan bahwa variabel Harga, Citra Merek, *After Sales Service* dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada PT. Gemilang Suksestama Mandiri. Nilai koefisien Determinasi (*adjusted R²*) yang diperoleh sebesar 22,9%, sedangkan sisanya sebesar 77,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian.

Kata kunci : Harga, Citra Merek, after sales service, kualitas produk, keputusan pembelian konsumen

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

ABSTRACT

This research aims to know and analyze the influence of price, brand image, after sales service and product quality on the consumer buying decision in PT. Gemilang Suksestama Mandiri. The kind of research used in this study is descriptive research with a quantitative approach. The population of this research are consumers who buy products from PT. Gemilang Suksestama Mandiri from period June 2019 – February 2020. The sampling method used the saturation sample method with a total sample of 60 respondents. Data collection methods are conducted in the manner of questionnaires and interviews. The method of used in this study is multiple linear regression. According to the partial results of the test, shows variables of price, after sales service and quality product has an effect on consumer buying decision , while in the variables of brand image has no bearing on consumer buying decision in PT. Gemilang Suksestama Mandiri. Simultaneously, shows that variables of price, brand image, after sales service and quality product have a bearing on consumer buying decision in PT. Gemilang Suksestama Mandiri. The value of determinate coefficient (adjusted R^2) produced by 22,9%, while the remaining 77,1% are effected by other unresearched variables in this study.

Keywords : *Price, brand image, after sales service, product quality, consumer buying decision*

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan kasih setia Nya penulis dapat menyelesaikan sebuah karya tulis dengan judul “Pengaruh Harga, Citra Merek, *After Sales Service* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada PT.Gemilang Suksestama Mandiri.” yang disusun sebagai salah satu syarat akademis dalam menyelesaikan Program Srata Satu (S1) Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan bimbingan, bantuan serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini saya dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I, dan sekaligus Ketua Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan yang telah memberikan waktu, saran, bimbingan dan pengarahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Miss Tya Wildana Hapsari Lubis, S.E., M.Si., selaku Dosen Pendamping Pembimbing dan sekaligus Dosen Wali Kelas Managemen Bisnis A Sore angkatan 2016, yang telah memberikan waktu, saran, bimbingan dan pengarahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Bapak Ir. Mbayak Ginting. S.Kom., M.M., selaku Ketua STIE Mikroskil Medan.
4. Bapak William, S.Kom., M.M., selaku Wakil Ketua I STIE Mikroskil Medan.
5. Bapak Paulus, S.Kom., M.T., selaku Wakil Ketua II STIE Mikroskil Medan.
6. Bapak Saliman, S.T., selaku Wakil Ketua III STIE Mikroskil Medan.
7. Bapak Apren Halomoan Hutasoit, S.E., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan.
8. Dosen STIE – Mikroskil yang telah memberikan bekal ilmu kepada

penulis.

9. Seluruh responden atau Konsumen PT. Gemilang Suksestama Mandiri yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang penulis bagikan.
10. Kepada Orang tua saya Bapak Charles dan Ibu Anita yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dukungan dan perhatian yang tak terhingga serta abang dan adik penulis yang selalu memberikan penulis dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman-teman seperjuangan penulis, Nolydia, Karina Kanggrin, David Hius, Cynthia, Inda Luvitha dan Christina Halim serta teman seangkatan yang selalu memberikan penulis masukan dan dukungan sehingga skripsi ini terselesaikan.
12. Sahabat-sahabat penulis, Willy Agustiawan, Yufi Chandra Lase, Imelda, Martha Averina, Monica, dan Cindy yang memberikan doa, dukungan motivasi dan saran kepada penulis.
13. Pihak-pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan. Kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Medan, 6 Juni 2020

Penulis,

(Stephanie)

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Ruang Lingkup	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.6 Originalitas.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Pemasaran	11
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	14
2.1.3 Harga (<i>Price</i>)	18
2.1.4 Citra	25
2.1.5 Merek (<i>Brand</i>).....	25
2.1.6 Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	28
2.1.7 Layanan Purna Jual (<i>After Sales Service</i>).....	31
2.1.8 Produk.....	34
2.1.9 Kualitas Produk	37
2.2 Review Penelitian Terdahulu	40
2.3 Kerangka Konseptual	45
2.4 Pengembangan Hipotesis	46
2.4.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	46
2.4.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	47
2.4.3 Pengaruh <i>After Sales Service</i> Terhadap Keputusan Pembelian ...	47
2.4.4 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	48

2.4.5	Pengaruh Harga, Citra Merek, <i>After Sales Service</i> dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	48
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		49
3.1	Jenis Penelitian	49
3.2	Objek Penelitian	49
3.3	Populasi dan Sampel	49
3.4	Metode Pengumpulan Data	50
3.4.1	Penelitian Lapangan (Data Primer).....	50
3.4.2	Studi Kepustakaan (Data Sekunder)	51
3.5	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	51
3.6	Metode Analisis Data	53
3.6.1	Statistik Deskriptif.....	53
3.6.2	Pengujian Kualitas Data	54
3.6.3	Pengujian Asumsi Klasik	55
3.6.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	56
3.6.5	Pengujian Hipotesis	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN KESIMPULAN		59
4.1	Hasil Penelitian	59
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	59
4.1.2	Pengiriman dan Pengembalian Kuisioner.....	61
4.1.3	Gambaran Umum Responden (Demografi)	62
4.1.4	Hasil Statistik Deskriptif.....	63
4.1.5	Hasil Pengujian Kualitas Data.....	68
4.1.6	Hasil Pengujian Asumsi Klasik	74
4.1.7	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	79
4.1.8	Pengujian Hipotesis	80
4.2	Pembahasan	83
4.2.1	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	83
4.2.2	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	84
4.2.3	Pengaruh <i>After Sales Service</i> Terhadap Keputusan Pembelian	84
4.2.4	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	85

4.2.5 Pengaruh Harga, Citra Merek, <i>After Sales Service</i> , dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	88
5.1 Kesimpulan	88
5.2 Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA.....	90
LAMPIRAN.....	93



UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Perbandingan Harga PT.Gemilang Suksestama Mandiri dan PT.Sumber Buana Perkasa	2
Tabel 1.2 Daftar Penjualan Merek Produk Belt Periode Tahun 2014-2018	4
Tabel 1.3 Daftar Nama Produk dan Fungsi Produk PT.Gemilang Suksestama Mandiri.....	6
Tabel 2.1 Review Penelitian Terdahulu	42
Tabel 3.1 Skala Likert	51
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	52
Tabel 4.1 Pengiriman dan Pengembalian Kuisisioner	62
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha.....	63
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Harga.....	64
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Citra Merek	65
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>After Sales Service</i>	66
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk	67
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	68
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Harga (X_1).....	69
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Citra Merek (X_2)	70
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas <i>After Sales Service</i> (X_3).....	70
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X_4).....	71
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	71
Tabel 4.14 Hasil Uji Reabilitas Harga	72
Tabel 4.15 Hasil Uji Reabilitas Citra Merek.....	72
Tabel 4.16 Hasil Uji Reabilitas <i>After Sales Service</i>	73
Tabel 4.17 Hasil Uji Reabilitas kualitas produk	73
Tabel 4.18 Hasil Uji Reabilitas Keputusan Pembelian	73
Tabel 4.19 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov	76
Tabel 4.20 Hasil Uji Multikolinearitas	77

Tabel 4.21 Hasil Uji Glejser	79
Tabel 4.22 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	79
Tabel 4.23 Hasil Pengujian Hipotesis Uji Parsial (Uji t)	81
Tabel 4.24 Hasil Pengujian Hipotesis Uji Simultan (Uji F)	82
Tabel 4.25 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	82



UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Proses Pembelian Lima Tahap.....	15
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	46
Gambar 4.2 Hasil Grafik Histogram Uji Normalitas	74
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas Normal P-Plot	75
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas scatterplot.....	78



UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner Penelitian	93
Lampiran 2 Distribusi Jawaban Responden.....	98
Lampiran 3 Hasil Deskriptif Statistik	108
Lampiran 4 Hasil Pengujian Uji Validitas dan Uji Reabilitas	111
Lampiran 5 Hasil Pengujian Asumsi Klasik.....	115
Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	118
Lampiran 7 Hasil Pengujian Hipotesis.....	119
Lampiran 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	120
Lampiran 9 Struktur Organisasi PT. Gemilang Suksestama Mandiri.....	121
Lampiran 10 Tabel Distribusi R.....	122
Lampiran 11 Tabel Distribusi t	125
Lampiran 12 Tabel Distribusi F	126

UNIVERSITAS
MIKROSKIL