

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK UNILEVER DI TRANSMART
JUANDA BEKASI DI ERA BOIKOT PRODUK**

Skripsi diajukan untuk melengkapi
persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen

Oleh :

Mugnia Julhijah Murad

NPM: 41183402170163



Strata 1

Program Studi Manajemen

**UNIVERSITAS ISLAM 45
FAKULTAS EKONOMI
BEKASI
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK UNILEVER DI TRANSMART
JUANDA BEKASI DI ERA BOIKOT PRODUK**

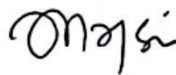
Tanggal : 14 Mei 2024

Oleh

Mugnia Julhijah Murad

NPM: 41183402170163

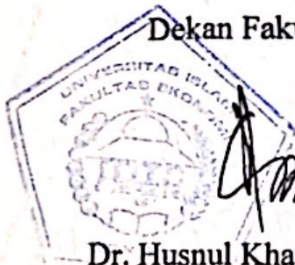
Disetujui,
Pembimbing



Ria Marginingsih, S. E., M. B. A.

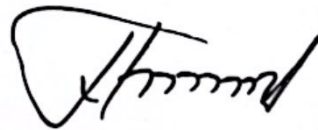
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Husnul Khatimah, S. E., M. Si.

Ketua Jurusan Manajemen



Luthpiyah Juliandara, S. E., M. M.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK UNILEVER DI TRANSMART JUANDA BEKASI DI ERA BOIKOT PRODUK

Tanggal Pengesahan: 29 Mei 2024

oleh

Mugnia Julhijah Murad

NPM: 41183402170163

Diuji oleh,

Penguji I



Kurniawati Mulyanti, S. E., M. M.

Penguji II



Luthpiyah Juliandara, S. E., M. M.

Mengetahui,

Pembimbing



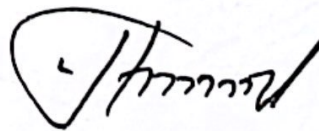
Ria Marginingsih, S. E., M. B. A.

Dekan Fakultas Ekonomi




Dr. Husnul Khatimah, S. E., M. Si.

Ketua Jurusan Manajemen



Luthpiyah Juliandara, S. E., M. M.

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mugnia Julhijah Murad
NPM : 41183402170163
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Email : niamurad115@gmail.com

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa penelitian saya yang berjudul ***"Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Unilever di Transmart Juanda Bekasi di Era Boikot Produk"*** bebas dari plagiarisme. Rujukan penulis sudah sesuai dengan teknik penulisan karya ilmiah yang berlaku umum.

Demikian lembar pernyataan ini saya buat sebagai pertanggung jawaban tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.

Bekasi, 14 Mei 2024

Yang Menyatakan



Mugnia Julhijah Murad

ABSTRAK

Mugnia Julhijah Murad (41183402170163)

Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Unilever di Transmart Juanda Bekasi di Era Boikot Produk.

xii + 106 halaman + 19 tabel + 6 gambar + 12 lampiran

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Unilever di Transmart Juanda Bekasi di Era Boikot Produk. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, dengan data yang digunakan yaitu: Data primer dan sekunder. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen Unilever di Transmart Juanda Bekasi, dengan jumlah sampel 100 responden, untuk pengambilan sampel penelitian ini menggunakan teknik metode *purposive sampling* dengan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner melalui *google form* kepada konsumen Unilever di Transmart Juanda Bekasi. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis *partial least square* (PLS) dengan menggunakan program SmartPLS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa 94,9% variasi variabel dependen keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu citra merek dan kualitas pelayanan, dan sisanya dapat dijelaskan oleh faktor-faktor di luar model. Variabel citra merek dalam penelitian ini berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, Hal ini ditunjukkan oleh nilai t-statistik 2,884 lebih besar dari 1,96, dan p-values sebesar 0,004 lebih kecil dari 0,05 dengan jalur koefisien jalur nilai original sampel pada uji hipotesis ini adalah sebesar 0,490. Variabel kualitas pelayanan dalam penelitian ini berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t-statistik 2,860 lebih besar dari 1,96, dan p-values sebesar 0,004 lebih kecil dari 0,05 dengan jalur koefisien jalur nilai original sampel pada uji hipotesis ini adalah sebesar 0,488.

Daftar Pustaka : 37 (2014-2023)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahiim. Assalamualaikum Wr.Wb.

Alhamdulillahirabbil alaamiin puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul ***“Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Unilever di Transmart Juanda Bekasi di Era Isu Bopikot Produk ”***

Skripsi diajukan untuk melengkapi salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi. pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih atas segala bantuan, bimbingan dan saran kepada:

1. Ibu Ria Marginingsih, S. E., M. B. A. selaku dosen pembimbing yang baik dengan sabar, bersemangat dan begitu perhatian sehingga mampu membuat penulis termotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Luthpiyah Juliandara, S. E., M. M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi.
3. Ibu Dr. Husnul Khatimah, S. E., M. Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi
4. Ibu Kurniawati Mulyanti, S. E., M. M. selaku dosen penguji yang telah berjasa memberikan ilmunya, serta seluruh Staff dan Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi.
5. Orang tua tercinta Bapak H. Murad Salki, Ibu Hj. Mudiah dan adik-adikku Ila, Rifda dan Ghani yang telah dengan tulus memberikan kasih sayang, cinta, pengorbanan dan selalu mendukungku.
6. Para sahabatku khususnya Yunita, Setiawati, Diah Komalasari, Vivi Aviyani , Alifah Mega Sari, Nurman, Ardy pambudi, Topaz Rindiani, Mega Septiani, dan Umar Iskandar, serta keluarga besar kelas Manajemen Reg C yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih atas do’a, bantuan, dan motivasinya.

7. Seluruh responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner dalam penelitian skripsi ini.
8. Teman-teman kerjaku Yani Dwi Astuti, Lisan Sarah, dan Komarudin. Terima kasih sudah menjadi pendengar terbaik dan selalu memberikan dukungan selama proses penulisan skripsi.

Semoga Allah Subhanahu Wata'ala memberikan rahmat dan karunia-Nya serta membalas semua amal kebaikan dari semua pihak yang telah membantu saya selama proses penulisan skripsi ini. Besar harapan saya semoga isi yang terkandung dalam skripsi ini dapat bermanfaat bagi saya pribadi maupun pembaca pada umumnya. Tidak lupa saran dan kritik kearah kemajuan dan membangun selalu saya harapkan dan sambut dengan senang hati untuk perbaikan dalam penulisan karya ilmiah berikutnya.
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Bekasi, 14 Mei 2024

Penulis,

Mugnia Julhijah Murad

NPM. 41183402170163

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Rumusan Masalah	7
1.3.Tujuan Penelitian.....	8
1.4.Manfaat Penelitian.....	8
1.5.Sistematika Pelaporan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1.Landasan Teori.....	10
2.1.1.Keputusan Pembelian	10
2.1.1.1.Definisi Keputusan Pembelian	10
2.1.1.2.Tipe Pengambilan Keputusan.....	10
2.1.1.3.Jenis Pembelian.....	11
2.1.1.4.Tahap-tahap Proses Keputusan Pembelian Konsumen	12
2.1.1.5.Indikator Keputusan Pembelian	15
2.1.2.Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	16
2.1.2.1.Definisi Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	16
2.1.2.2.Unsur Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	17
2.1.2.3.Indikator Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	17
2.1.3.Kualitas Pelayanan (<i>Service Quality</i>).....	18

2.1.3.1. Definisi Kualitas Pelayanan (<i>Service Quality</i>).....	18
2.1.3.2. Tujuan Kualitas Pelayanan	19
2.1.3.3. Indikator Kualitas Pelayanan	19
2.2. Tinjauan Penelitian Terdahulu	20
2.3. Kerangka Pemikiran	25
2.4. Pengembangan Hipotesis	26
2.4.1. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian	26
2.4.2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1. Jenis dan Lokasi Penelitian	28
3.1.1. Jenis Penelitian.....	28
3.1.2. Lokasi Penelitian.....	28
3.1.3. Waktu penelitian.....	28
3.2. Populasi dan Sampel	28
3.2.1. Populasi.....	28
3.2.2. Sampel.....	29
3.3. Sumber Data.....	29
3.4. Instrumen Penelitian.....	30
3.5. Metode Pengolahan Data	30
3.6. Metode Analisis Data	31
3.6.1. Teknik Analisis data.....	31
3.6.2. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	31
3.6.2.1. Uji Validitas.....	32
3.6.2.2. Uji Reliabilitas	33
3.6.3. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	34
3.6.3.1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	34
3.6.3.2. Uji Model Fit.....	35
3.6.3.3. Uji Hipotesis (<i>Bootstrapping</i>)	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
4.1. Hasil Penelitian	37

4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	37
4.1.2. Populasi dan Sampel	38
4.1.3. Deskriptif Karakteristik Responden	39
4.1.3.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
4.1.3.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	40
4.1.3.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
4.1.4. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	42
4.1.5. Hasil Analisis Variabel Eksogen	42
4.1.6. Hasil Analisis Variabel Endogen	47
4.1.7. Pengujian Kualitas Instrumen	49
4.2. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	49
4.2.1. Uji Validitas	50
4.2.1.1. <i>Convergent Validity</i>	50
4.2.1.2. <i>Discriminant Validity</i>	54
4.2.2. Uji Reliabilitas	56
4.3. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	57
4.3.1. Uji Koefisien Determinasi (<i>R-Square</i>)	57
4.3.2. Uji Model Fit	57
4.3.3. Uji Hipotesis	59
4.4. Pembahasan Penelitian	62
4.4.1. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	62
4.4.2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian	63
4.5. Kelemahan Penelitian	64
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	65
5.1. Simpulan	65
5.1. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	70

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Penjualan Unilever Transmart Juanda Bekasi 2023-2024	2
Tabel 1.2	Tanggapan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Unilever di Transmart Juanda Bekasi.....	3
Tabel 1.3	Tanggapan Konsumen Terhadap Citra Merek Unilever di Transmart Juanda Bekasi.....	5
Tabel 1.4	Tanggapan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan di Transmart Juanda Bekasi.....	6
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1	Instrument Skala Likert	30
Tabel 4.1	Sampel Penelitian	39
Tabel 4.2	Jenis kelamin	39
Tabel 4.3	Usia.....	40
Tabel 4.4	Pekerjaan	40
Tabel 4.5	Berapa Lama Penggunaan	41
Tabel 4.6	Berapa Sering Membeli.....	41
Tabel 4.7	Citra Merek	42
Tabel 4.8	Kualitas Pelayanan	44
Tabel 4.9	Keputusan Pembelian	47
Tabel 4.10	Hasil Nilai Outer Loading.....	52
Tabel 4.11	Nilai Average Variance Extracted (AVE).....	53
Tabel 4.12	Cross Loadings (Nilai Discriminant Validity)	54
Tabel 4.13	Hasil Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	56
Tabel 4.14	Hasil Nilai R-Square (R ²) dari Model Penelitian	57
Tabel 4.15	Hasil Uji Model Fit	58
Tabel 4.16	Hasil Analisa Jalur Pengaruh Langsung	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Tahap-tahap Proses Keputusan Pembelian Konsumen	13
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran	25
Gambar 4.1	Daftar Brand PT Unilever Indonesia Tbk.	38
Gambar 4.2	Hasil Uji Outer Model	50
Gambar 4.3	Hasil Uji Outer Model Setelah Estimasi Ulang	51
Gambar 4.4	Hasil Bootstrapping	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Hasil Analisi Jalur Pengaruh Langsung	70
Lampiran 2.	Tabulasi Data Penelitian	79
Lampiran 3.	Hasil Uji Koefisien Determinan / R-Square (R ²).....	88
Lampiran 4.	Hasil Uji Hipotesis	89
Lampiran 5.	Hasil Pra Survei	90
Lampiran 6.	Bukti Penyebaran Kuesioner	92
Lampiran 7.	ACC Judul Skripsi	94
Lampiran 8.	Surat Keputusan Pembimbing	95
Lampiran 9.	Kartu Seminar Proposal.....	96
Lampiran 10.	Kartu Bimbingan	98
Lampiran 11.	Surat Keterangan Penelitian	99
Lampiran 12.	Hasil Turnitin.....	100
Lampiran 13.	Daftar Riwayat Hidup.....	101

Lampiran 12. Hasil Turnitin

SKRIPSI MUGNIA.docx

ORIGINALITY REPORT

33%

SIMILARITY INDEX

32%

INTERNET SOURCES

14%

PUBLICATIONS

18%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES



repository.unismabekasi.ac.id

Internet Source

6%



eprints.iain-surakarta.ac.id

Internet Source

1%



etheses.uin-malang.ac.id

Internet Source

1%



repository.ub.ac.id

Internet Source

1%



dspace.uii.ac.id

Internet Source

1%



Submitted to Universitas Muhammadiyah

Buton

Student Paper

1%



repositori.uin-alauddin.ac.id

Internet Source

1%



repository.widyatama.ac.id

Internet Source

1%



jurnal.unismabekasi.ac.id

Internet Source

1%