

**PENGARUH CITRA MEREK, PELAYANAN, DAN
HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
ALFAMART DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Henni Elyda Sitohang
130910215**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2017**

**PENGARUH CITRA MEREK, PELAYANAN, DAN
HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
ALFAMART DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
Guna memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh:
Henni Elyda Sitohang
130910215**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2017**

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, dan/atau magister), baik di Universitas Putera Batam maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Batam, Februari 2017

Yang membuat pernyataan,

Henni Elyda Sitohang
NPM: 130910215

**PENGARUH CITRA MEREK, PELAYANAN, DAN HARGA
PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN ALFAMART
DI KOTA BATAM**

**Oleh:
Henni Elyda Sitohang
130910215**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
guna memperoleh gelar Sarjana**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
Seperti tertera di bawah ini**

Batam, 14 Februari 2017

**Andy Eryan Rachmawan, S.E., M.M.
Pembimbing**

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “PENGARUH CITRA MEREK, PELAYANAN, DAN HARGA PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN ALFAMART DI KOTA BATAM”. Penelitian ini dilakukan di Alfamart Pemda II Batu Aji. Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 135 orang, dengan rumus slovin diperoleh sampel sebanyak 100 responden, alat pengumpulan data adalah berupa kuesioner, tehnik pengambilan sampel menggunakan *probality sampling* yaitu random sampling. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah citra merek (X1), pelayanan (X2), harga (X3), dan minat beli konsumen (Y). Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, Uji Normalitas, uji linearitas, Uji Multikolinaeritas, Uji Heteroskedastisitas, dan Uji Autokorelasi, dan uji hipotesisnya menggunakan uji determinasi, uji t dan uji f. Dari hasil uji f diketahui bahwa citra merek, pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Dari hasil uji t diketahui bahwa citra merek secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen, pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen dan harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Hasil uji determinasi diketahui pengaruh besarnya sumbangan variabel citra merek, pelayanan dan harga tidak terlalu erat.

Kata Kunci : Citra Merek, Pelayanan, Harga, dan Minat Beli

ABSTRACT

This thesis entitled "THE EFFECT OF BRAND IMAGE, SERVICES, PRODUCTS AND PRICE TO BUY CONSUMER INTEREST IN THE CITY BATAM ALFAMART". This research was conducted in local government Alfamart II Batu Aji. The population in this research were 135 people, according to the formula slovin doperoleh sample of 100 respondents, the data collection tool is a questionnaire, sampling technique using probality sampling is random sampling. Variables used in this research is the brand image (X1), services (X2), price (X3), and consumer buying interest (Y). The analytical method used is descriptive analysis, validity, reliability, normality test, linearity test, test Multikolinaeritas, Heteroskidastity test, and autocorrelation test, and test the hypothesis using determination test, t test and f. From the test results f is known that the brand image, service and price simultaneously significant effect on consumer buying interest. From the results of the t test is known that the brand image is partially significant effect on consumer buying interest, services partially significant effect on consumer buying interest and prices partially no significant effect on consumer buying interest. The result of determination is known variables influence the contribution of the brand image, service and prices are not too tightly.

Keywords: Brand, Service, Prices, and Interest Buy

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kehadiran TUHAN Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmad dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi Strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis masih menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati.

Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini tak akan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan segala ucapan terimakasih kepada:

1. Ibu Nur Elfi Husada, S. Kom.M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Ibu Tiurniari Purba, S.E., M.M. selaku Dekan Universitas Putera Batam.
3. Bapak Jontro Simajuntak, S.Pt, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Bapak Andy Ervan Rachmawan, S.E., M.M. selaku pembimbing skripsi pada Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Putera Batam.
5. Dosen dan Staf Universitas Putera Batam.

6. Kepada Orang Tua Tercinta yang tidak henti-henti mendoakan serta memberi semangat dalam penulisan skripsi ini.
7. Buat Nora Sitohang, Marimar, Rhagil, Mamang, yang selalu mendukung dan memberikan motivasi dan semangat dalam penulisan skripsi ini.
8. Bapak Aris Setiawan selaku Learning dan Development koordinator Alfamart di Kota Batam, yang sudah membantu dan memberikan masukan bagi penulis dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.

Semoga Tuhan yang Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta rahmat-Nya, Amin.

Batam, Februari 2017

Henni Elyda Sitohang

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	
DAFTAR TABEL	
DAFTAR RUMUS	

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	8
1.3. Pembatasan Masalah	8
1.4. Perumusan masalah.....	9
1.5. Tujuan Penelitian	9
1.6. Manfaat Penelitian	10
1.6.1. Aspek Teoritis	10
1.6.2. Aspek Praktis	11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Variabel/ Konsep	12
2.1.1. Citra Merek.....	12
2.1.2. Pelayanan.....	20
2.1.3. Harga	25
2.1.4. Minat Beli	31
2.2. Penelitian Terdahulu	36
2.3. Kerangka Pemikiran	38
2.4. Hipotesis	39

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian	40
3.2. Operasional Variabel	41
3.2.1. Variabel Independen	41
3.2.1.1 Citra Merek (X1).....	41
3.2.1.2 Pelayanan (X2).....	42

3.2.1.3. Harga (X3)	42
3.2.2. Variabel Dependen.....	43
3.2.2.1 Minat Beli (Y).....	43
3.3 Populasi dan Sampel.....	46
3.3.2 Populasi	46
3.3.2. Sampel.....	46
3.4. Teknik dan Alat Pengumpulan Data.....	48
3.4.1. Teknik Pengumpulan Data	48
3.4.2. Alat Pengumpulan Data.....	49
3.5. Metode Analisis Data	49
3.5.1. Analisis Deskriptif.....	50
3.5.2. Uji Kualitas Data	52
3.5.2.1. Uji Validitas	53
3.5.2.2. Uji Reliabilitas	54
3.5.3. Uji Asumsi Klasik	56
3.5.3.1. Uji Normalitas.....	56
3.5.3.2. Uji Linearitas.....	56
3.5.3.3. Uji Multikolnearitas	57
3.5.3.4. Uji Heteroskedastisitas.....	57
3.5.3.5. Uji Autokorelasi.....	58
3.5.4. Uji Pengaruh	58
3.5.4.1. Regresi Linear Berganda.....	58
3.5.4.2. Koefisien Determinasi.....	59
3.5.5. Rancangan Uji Hipotesis	60
3.5.6. Uji Hipotesis	61
3.5.6.1. Uji Parsial (<i>T-test</i>).....	62
3.5.6.2. Uji Simultan (<i>F-Test</i>).....	63
3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	63
3.6.1 Lokasi Penelitian	63
3.6.2 Jadwal Penelitian	64

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Profil Responden.....	65
4.1.1. Distribusi Responden menurut jenis kelamin	66
4.1.2. Distribusi Responden Menurut Umur	67
4.1.3. Responden Menurut Pendidikan	69
4.1.4. Responden Menurut Pekerjaan	70
4.2 Hasil Penelitian	70
4.2.1. Analisis Deskriptif Variabel Independen Dan Variabel Dependen	71
4.2.1.1. Variabel Citra Merek (X1).....	71
4.2.1.2. Variabel Pelayanan (X2).....	75
4.2.1.3. Variabel Harga (X3).....	80
4.2.1.4. Variabel Minat Beli (Y).....	85

4.2.2.	Hasil Uji Kualitas Data	90
4.2.2.1.	Hasil Uji Validitas Data	90
4.2.2.2.	Hasil Uji Reliabilitas Data	96
4.2.3	Hasil Uji Asumsi Klasik	98
4.2.3.1.	Hasil Uji Normalitas	98
4.2.3.2.	Hasil Uji Linearitas	100
4.2.3.3.	Hasil Uji Multikolinieritas	102
4.2.3.4.	Hasil Uji Heterokedastisitas	103
4.2.3.5.	Hasil Uji Autokorelasi	105
4.2.3.	Hasil Uji Pengaruh.....	105
4.2.4.1.	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	105
4.2.4.2.	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	108
4.2.5.	Uji Hipotesis	109
4.2.5.1.	Hasil Uji T.....	109
4.2.5.2.	Hasil Uji F.....	110
4.3	Pembahasan	111
4.3.1.	Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen.....	111
4.3.2.	Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen	111
4.3.3.	Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Konsumen	112
4.3.4.	Pengaruh Citra Merek, Pelayanan dan Harga Secara Simultan	113
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		
5.1.	Simpulan	114
5.2.	Saran	115
DAFTAR PUSTAKA		
RIWAYAT HIDUP		
SURAT KETERANGAN PENELITIAN		
LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	38
Gambar 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
Gambar 4.2 Profil Responden Menurut Umur	66
Gambar 4.3 Profil Responden Menurut Pendidikan.....	68
Gambar 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	69
Gambar 4.5 Kriteria Analisis Deskripsi Kuesioner X1_1	70
Gambar 4.6 Kriteria Analisis Deskripsi Kuesioner X1_2	72
Gambar 4.7 Kriteria Analisis Deskripsi KuesionerX1_3.....	73
Gambar 4.8 Kriteria Analisis Deskripsi KuesionerX2_1.....	74
Gambar 4.9 Kriteria Analisis Deskripsi KuesionerX2_2.....	75
Gambar 4.10 Kriteria Analisis Deskripsi KuesionerX2_3.....	76
Gambar 4.11 Kriteria Analisis Deskripsi KuesionerX2_4.....	77
Gambar 4.12 Kriteria Analisis Deskripsi KuesionerX2_5.....	78
Gambar 4.13 Kriteria Analisis Deskripsi KuesionerX3_1.....	81
Gambar 4.14 Kriteria Analisis Deskripsi KuesionerX3_2.....	82
Gambar 4.15 Kriteria Analisis Deskripsi KuesionerX3_3.....	83
Gambar 4.16 Kriteria Analisis Deskripsi KuesionerX3_4.....	84
Gambar 4.17 Kriteria Analisis Deskripsi KuesionerY_1.....	85
Gambar 4.18 Kriteria Analisis Deskripsi KuesionerY_2.....	86
Gambar 4.19 Kriteria Analisis Deskripsi KuesionerY_3.....	88
Gambar 4.20 Kriteria Analisis Deskripsi KuesionerY_4.....	89
Gambar 4.21 Kriteria Analisis Deskripsi KuesionerY_5.....	90
Gambar 4.22 Histogram Normalitas Variabel	98
Gambar 4.23 Diagram Normal <i>P-P Plot Regression Standardized</i>	103
Gambar 4.24 Diagram Normal <i>Scateer Plot</i>	104

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data jumlah konsumen Alfamart	5
Tabel 1.2 Daftar Harga.....	6
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	78
Tabel 3.1 Depenisi Operasional Variabel Penelitian	44
Tabel 3.2 Rentang Skala	52
Tabel 3.3 Kriteria Indeks Koefisien Reliabilitas.....	63
Tabel 3.4 Jadwal Penelitian	74
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan umur	66
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan pendidikan.....	68
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	69
Tabel 4.5 Kriteria Analisis Deskripsi.....	70
Tabel 4.6 Kriteria Analisis Deskripsi Kuesioner X1_1	72
Tabel 4.7 Kriteria Analisis Deskripsi Kuesioner X1_2	73
Tabel 4.8 Kriteria Analisis Deskripsi Kuesioner X1_3	74
Tabel 4.9 Kriteria Analisis Deskripsi Kuesioner X2_1	75
Tabel 4.10 Kriteria Analisis Deskripsi Kuesioner X2_2	76
Tabel 4.11 Kriteria Analisis Deskripsi Kuesioner X2_3	77
Tabel 4.12 Kriteria Analisis Deskripsi KuesionerX2_4	78
Tabel 4.13 Kriteria Analisis Deskripsi Kuesioner X2_5	79
Tabel 4.14 Kriteria Analisis Deskripsi KuesionerX3_1	81
Tabel 4.15 Kriteria Analisis Deskripsi KuesionerX3_2	82
Tabel 4.16 Kriteria Analisis Deskripsi KuesionerX3_3	83
Tabel 4.17 Kriteria Analisis Deskripsi KuesionerX3_4	84
Tabel 4.18 Kriteria Analisis Deskripsi KuesionerY_1	85
Tabel 4.19 Kriteria Analisis Deskripsi KuesionerY_2	86
Tabel 4.20 Kriteria Analisis Deskripsi KuesionerY_3	87
Tabel 4.21 Kriteria Analisis Deskripsi KuesionerY_4	88
Tabel 4.22 Kriteria Analisis Deskripsi KuesionerY_5	89
Tabel 4.23 Hasil Pengujian Validitas Variabel Citra Merek	91
Tabel 4.24 Hasil Pengujian Validitas Variabel Pelayanan	92
Tabel 4.25 Hasil Pengujian Validitas Variabel Harga	93
Tabel 4.26 Hasil Pengujian Validitas Variabel Minat Beli.....	94
Tabel 4.27 Hasil Pengujian Validitas Seluruh Variabel	95
Tabel 4.28 Hasil uji reabilitas data citra merek (X1).....	96
Tabel 4.29 Hasil uji reabilitas data pelayanan (X2).....	96
Tabel 4.30 Hasil uji reabilitas data harga (X3)	97

Tabel 4.31 Hasil uji reabilitas data minat beli (Y).....	97
Tabel 4.33 Hasil Analisis Kolmogrov-Smirnov	100
Tabel 4.34 Hasil uji linearitas variabel minat beli dan citra merek	101
Tabel 4.35 Hasil uji linearitas variabel minat beli dan variabel pelayanan	101
Tabel 4.3 Hasil uji linearitas variabel minat beli dan variabel Harga.....	102
Tabel 4.37 Hasil uji Multikolinaritas	103
Tabel 4.38 Hasil uji Autokorelasi	105
Tabel 4.39 Hasil uji linear berganda	106
Tabel 4.40 Hasil analisis determinasi	108
Tabel 4.41 Hasil uji parsial	109
Tabel 4.42 Hasil uji simultan	110

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1. Rumus Slovin.....	47
Rumus 3.3. Rumus Rentang Skala.....	51
Rumus 3.4. Pearson Produc Moment.....	53
Rumus 3.5. Cronhbach Alpha	54
Rumus 3.6. Regresi Linear Berganda	59
Rumus 3.7 Koefisien Determinasi	60
Rumus 3.8 Rumus T hitung	61
Rumus 3.9 Rumus F hitung.....	63