

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND EXTENSION* DAN
LAYANAN PURNA JUAL TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA KONSUMEN YANG MELAKUKAN
PEMBELIAN PRODUK MEREK SAMSUNG DI TOKO GAYA
BARU ELEKTRONIK PASURUAN**

SKRIPSI

**Di ajukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana
(S1)**



NAILUL IZZAH

2014.69.10.0032

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
YUDHARTA PASURUAN**

2018

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh *Brand Image*, *Brand Extension* dan Layanan Purna
Jual terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Toko
Gaya Baru Elektronik Pasuruan
Disusun oleh : Nailul Izzah
NIM : 2014.69.10.0032
Fakultas : Ilmu Sosial Ilmu Politik
Jurusan : Administrasi Bisnis
Konsistensi : Pemasaran

Telah diperiksa dan disetujui untuk dipertahankan
di depan tim penguji
Pasuruan, 30 Juli 2018




Kaprodi,

Nur Ajizah, S.Sos., M.AB
NIP.Y. 069.15.02.001

Menyetujui.

Pembimbing,


Any Urwatul Wusko, S.Sos., M.AB
NIP.Y. 069.11.03.037

TANDA PENGESAHAN

TELAH DIPERTAHANKAN DI DEPAN MAJELIS PENGUJI SKRIPSI,
FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK UNIVERSITAS YUDHARTA
PASURUAN, PADA :

HARI : KAMIS

TANGGAL : 30 Juli 2018

JAM : 09.00 WIB

JUDUL : Pengaruh *Brand Image*, *Brand Extension* dan Layanan Purna Jual
terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Toko Gaya Baru
Elektronik Pasuruan

DINYATAKAN LULUS

MAJELIS PENGUJI

KETUA PENGUJI

Dr. Kholid Murtadlo, M.E

NIP.Y. 069.02.03.006

Penguji 1,

Drs. Eko Agus Alfianto, M.AB

NIP.Y. 069.04.03.012

Penguji 2,

Any Urwatul Wusko, S.Sos., M.AB

NIP.Y. 069.11.03.03

MENGESAHKAN,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik

Universitas Yudharta Pasuruan

Any Urwatul Wusko, S.Sos., M.AB

NIP.Y. 069.11.03.03

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Nailul Izzah
NIM : 2014.69.10.00032
Jurusan : Ilmu Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial Ilmu Politik

Menyatakan bahwa “SKRIPSI” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Yudharta Pasuruan, yang berjudul:

**“PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND EXTENSION* DAN
LAYANAN PURNA JUAL TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA KONSUMEN YANG MELAKUKAN
PEMBELIAN PRODUK MEREK SAMSUNG DI TOKO GAYA
BARU ELEKTRONIK PASURUAN”**

Adalah karya saya sendiri, bukan “DUPLIKASI” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab dosen pembimbing maupun pihak Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Yudharta Pasuruan, tetapi menjadi tanggung jawab sendiri.

Demikian pernyataan ini kami buat sebenar-benarnya tanpa adanya paksaan dari siapapun.

Pasuruan,

Perwakilan dan Penulis

Nailul Izzah

PERSEMBAHAN

Dengan segala puja dan puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa dan atas dukungan dan do'a dari orang-orang tercinta, akhirnya skripsi ini dapat dirampungkan dengan baik dan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia saya haturkan rasa syukur dan terima kasih saya kepada:

Allah SWT, karena hanya atas izin dan karuniaNya lah maka skripsi ini dapat dibuat dan selesai pada waktunya. Puji syukur yang tak terhingga pada Allah yang meridhoi dan mengabulkan segala do'a.

Bapak dan sekeluarga saya, yang telah memberikan dukungan moril maupun materi serta do'a yang tiada henti untuk kesuksesan saya, karena tiada kata seindah lantunan do'a dan tiada do'a yang paling khusuk selain do'a yang terucap dari orang tua. Ucapan terima kasih saja takkan pernah cukup untuk membalas kebaikan orang tua, karena itu terimalah persembaha bakti dan cintaku untuk kalian bapak dan seluruh keluargaku.

Bapak dan Ibu Dosen pembimbing, penguji dan pengajar, yang selama ini telah tulus dan ikhlas meluangkan waktunya untuk menuntun dan mengarahkan saya, memberikan bimbingan dan pelajaran yang tiada ternilai harganya, agar saya menjadi lebih baik. Terima kasih banyak Bapak dan Ibu dosen, jasa kalian akan selalu terpatri di hati.

Adekku Siti Nur Jannah (nunung) dan kakakku, yang senantiasa setiap hari memberikan dukungan, semangat, senyum dan do'anya untuk keberhasilan ini, cintamu adalah memberikan kobaran semangat yang menggebu, terima kasih dan sayangku untuk mu.

Sahabat dan Mbak-Mbak Kamar C.04 Tersayang, tanpa semangat, dukungan dan bantuan kalian semua takkan mungkin aku sampai disini, terimakasih untuk canda tawa, tangis, dan perjuangan yang kita lewati bersama dan terima kasih untuk kenangan manis yang telah mengukir selama ini.

Terima kasih yang sebesar-besarnya untuk kalian semua, akhir kata saya persembahkan skripsi ini untuk kalian semua, orang-orang yang saya sayangi. Dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna untuk kemajuan ilmu pengetahuan di masa yang akan datang, amin.

Motto

*Di balik kesulitan itu pasti ada kemudahan, namun
sesungguhnya kesulitan itu tidak ada, akan tetapi
kemalasanlah yang selalu menemani kita.*

*Jangan pernah berhenti berdo'a kepadanya, karena
beliau tidak pernah menolak permintaan dari seorang
hambanya yang membutuhkan.*

ABSTRAK

Skripsi ini disusun oleh Nailul Izzah dengan Pengaruh *Brand Image*, *Brand Extention* dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian (survey pada konsumen yang membeli produk merek Samsung Di Toko Gaya Baru Elektronik Pasuruan). Jurusan Administrasi Bisnis, Universitas Yudharta. Dibawah bimbingan Ibu Any Urwatul Wusko S.Sos.M.AB.

Penelitian dalam penelitian skripsi ini adalah adanya dunia industri terus berkembang dinamis dan persaingan yang begitu ketat semakin meningkatkan kesadaran para pelaku bisnis akan pentingnya sebuah merek. Perkembangan teknologi dan modernisasi peralatan elektronik di Indonesia telah menyebabkan terjadinya perubahan yang mendasar di dalam aktivitas manusia sehari-hari, dimana manusia selalu menginginkan segala sesuatunya serba otomatis, praktis dan fleksibel. Cara yang digunakan bagi seorang produsen dalam meningkatkan penjualannya adalah dengan meningkatkan aspek-aspek yang ada pada suatu produk, guna menjadikan ketertarikan dan minat beli konsumen. Salah satu aspek-aspek dalam suatu produk yang harus ditingkatkan adalah merek. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana *Brand Image*, *Brand Extention* dan Layanan Purna Jual mempengaruhi keputusan pembelian di Toko Gaya Baru Elektronik Pasuruan.

Metode Penelitian ini yang digunakan adalah metode analisis regresi linier berganda. Sampel sebanyak 75 responden yang diperoleh dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Sementara itu, pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner dan observasi langsung untuk mendapatkan data primer. Metode analisis statistik yang terdiri dari analisis regresi linier berganda, pengujian analisis determinasi, pengujian signifikan parsial (uji t), dan signifikan simultan (uji F). Pengujian analisis determinasi (R^2) menyatakan nilai *Adjusted R Square* 18%. Pengujian secara parsial diketahui dimensi yang paling berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian adalah *brand image*. Dan dimensi paling rendah adalah layanan purna jual. Pengujian secara simultan diketahui bahwa variabel *brand image*, *brand extension* dan layanan purna jual secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Keywords : *Brand Image*, *Brand Extension*, Layanan Purna Jual dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This thesis was prepared by Nailul Izzah with the Effect of Brand Image, Brand Extension and After-Sales Service on Purchase Decisions (a survey of consumers who purchased Samsung brand products at Pasuruan Electronic Style Stores). Department of Business Administration, University of Yudharta. Under the guidance of Ms. Any Urwatul Wusko S.Sos.M.AB.

The research in this thesis research is the existence of the industrial world continues to grow dynamically and competition is so tight that it increases the awareness of business people about the importance of a brand. The development of technology and modernization of electronic equipment in Indonesia has led to fundamental changes in everyday human activities, where people always want things to be completely automated, practical and flexible. The method used for a producer in increasing sales is by increasing aspects of a product, in order to make consumers interested and buy. One aspect of a product that must be improved is the brand. This study is intended to find out how Brand Image, Brand Extension and After-Sales Service influence purchasing decisions at Pasuruan Electronic New Style Stores.

This research method used is a multiple linear regression analysis method. A total of 75 respondents were obtained using accidental sampling techniques. Meanwhile, data collection is done with questionnaires and direct observation to obtain primary data. Statistical analysis method consisting of multiple linear regression analysis, determination analysis testing, partial significant testing (t test), and simultaneous significance (F test). Testing of the determination analysis (R^2) states that the Adjusted R Square value is 18%. Partial testing is known as the dimension that has the most dominant influence on purchasing decisions is the brand image. And the lowest dimension is after sales service. Simultaneous testing revealed that brand image variables, brand extensions and after-sales services simultaneously have a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Brand Image, Brand Extension, After Sales Service and Purchase Decision.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT karena dengan ridho-Nya penulis diberi kemampuan sehingga dapat menyelesaikan laporan Skripsi ini dengan baik. Laporan Skripsi dengan judul "**Pengaruh *Brand Image*, *Brand Extension* dan Layanan Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada konsumen yang melakukan pembelian produk merek Samsung di Toko Gaya Baru Elektronik Pasuruan)**". Skripsi ini adalah salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan dan memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Dalam skripsi ini, peneliti memperoleh bantuan dan bimbingan serta petunjuk dari semua pihak.

Maka dalam kesempatan ini, penulis menghaturkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya untuk setiap pihak yang sudah mendukung kami baik berupa bantuan ataupun doa dalam menyusun laporan skripsi ini. Terkhusus lagi kami sampaikan terima kasih kepada :

1. Allah SWT atas Rahmat dan karunia-Nya
2. Romo Kyai Sholeh Bahruddin selaku pengasuh Yayasan Darut Taqwa.
3. Bapak Dr. Saifullah.,M.HI selaku Ketua Rektor Universitas Yudharta Pasuruan.
4. Ibu Any Urwatul Wustko S.Sos., M.AB selaku pembimbing yang telah membimbing laporan skripsi ini hingga selesai.

5. Ibu Nur Ajizah, S.Sos., M.AB selaku Kaprodi Ilmu Administrasi Bisnis yang juga selalu sabar dalam memberikan pengarahan kepada kami.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan ilmunya serta membimbing peneliti selama masa kuliah.
7. Bapak dan keluargaku tercinta, terima kasih atas dukungan, kasih sayang, pengorbanan, perhatian, cinta kasih, dan doa yang telah diberikan demi kesuksesan peneliti semoga kelak di kemudian hari dapat membahagiakan dan menjadi kebanggaan kalian.
8. Teman-teman Ilmu Administrasi Bisnis angkatan 2014 senasib seperjuangan yang selalu memberikan semangat dan saling menyemangati sehingga mendapat gelar SI Administrasi Bisnis.
9. Semua pihak yang telah banyak membantu dalam penyusunan laporan ini yang tidak bisa penulis sebutkan semuanya.

Semoga perbuatan baik mereka memperoleh imbalan dari Allah SWT dengan imbalan yang berlipat ganda. Butuh diketahui bahwa dengan segenap kelemahan, laporan Skripsi ini tetap jauh dari sempurna, oleh karena itu masukan dan kritikan yang konstruktif amat penulis nantikan demi kesempurnaan laporan ini. Akhirnya semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi setiap pihak terutama mereka para pembaca.

Pasuruan, 30 Juli 2018

Penulis,

Nailul Izzah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN	v
LEMBAR MOTTO.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	Viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II : TINJAUAN DAN KAJIAN TEORI.....	10
2.1 Tinjauan Empiris	10
2.2 Kajian Teori	20
2.2.1 Pengertian Pemasaran	21
2.2.2 Perilaku Konsumen.....	22
2.2.2.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	22

2.2.3 Merek	23
2.2.3.1 Pengertian Merek	23
2.2.3.2 Manfaat Merek.....	24
2.2.3.3 Atribut Merek.....	26
2.2.4 <i>Brand Image</i>	26
2.2.4.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	26
2.2.4.2 Faktor Pembentuk <i>Brand Image</i>	28
2.2.4.3 Indikator <i>Brand Image</i>	29
2.2.5 <i>Brand Extention</i>	29
2.2.5.1 Pengertian <i>Brand Extention</i>	29
2.2.5.2 Indikator <i>Brand Extension</i>	30
2.2.5.3 Jenis-Jenis <i>Brand Extension</i>	31
2.2.6 Layanan Purna Jual.....	32
2.2.6.1 Pengertian Layanan Purna Jual	32
2.2.6.2 Bentuk-Bentuk Layanan Purna Jual	33
2.2.6.3 Indikator Layanan Purna Jual	34
2.2.7 Keputusan Pembelian	34
2.2.7.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	34
2.3 Kerangka Konseptual	38
2.4 Hubungan Antar Variabel.....	38
2.5 Hipotesis	41

BAB III : METODE PENELITIAN..... 43

3.1 Jenis Penelitian	43
3.2 Lokasi Penelitian.....	43
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	43
3.3.1 Populasi	43
3.3.2 Sampel	44
3.3.3 Teknik Sampling	46
3.4 Variabel Penelitian	47
3.5 Definisi Operasional Variabel	48

3.6	Teknik Pengumpulan Data	50
3.6.1	Kuesioner	50
3.6.2	Observasi	50
3.7	Sumber Data	51
3.7.1	Data Primer	51
3.7.2	Data Sekunder	51
3.8	Instrumen Penelitian.....	51
3.9	Uji Asumsi Klasik	52
3.9.1	Uji Normalitas.....	52
3.9.2	Uji Autokorelasi.....	53
3.9.3	Uji Linieritas	53
3.10	Metode Analisis Data	54
3.10.1	Analisis Statistik Deskriptif	54
3.10.2	Analisis Statistik Inferensial.....	54
3.11	Pengujian Instrumen.....	55
3.11.1	Uji Reliabilitas.....	55
3.11.2	Uji Validitas	56
3.12	Uji Hipotesis	57
3.12.1	Uji Parsial.....	57
3.12.2	Uji Simultan	58
3.13	Pengujian Koefisien Determinasi.....	59
BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN		60
4.1	Gambaran Umum Toko Gaya Baru Elektronik Pasuruan	60
4.1.2	Sejarah Berdirinya Toko Gaya Baru Elektronik Pasuruan.....	60
4.1.3	Visi dan Misi Toko Gaya Baru Elektronik Pasuruan	61
4.2	Gambaran Umum Responden	62
4.2.1	Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
4.2.2	Berdasarkan Usia	63
4.2.3	Berdasarkan Pekerjaan	64
4.2.4	Berdasarkan Pengeluaran Perbulan.....	65

4.3	Uji Instrumen	66
4.3.1	Uji Validitas	66
4.3.2	Uji Reliabilitas	68
4.4	Uji Asumsi Klasik	68
4.4.1	Uji Normalitas	68
4.4.2	Uji Auto Korelasi	70
4.4.3	Uji Linieritas	71
4.5	Hasil Analisis Linier Berganda	73
4.6	Pengujian Hipotesis	75
4.7	Hasil Uji Koefisien Determinasi	80
4.8	Pembahasan Hasil Penelitian	80
BAB V : PENUTUP		85
5.1	Kesimpulan	85
5.2	Saran	85

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Keterangan	Hal
3.1	Ringkasan Variabel	49
3.2	Distribusi Skor Jawaban Kuesioner Kinerja	53
4.1	Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin.....	63
4.2	Distribusi responden berdasarkan usia	64
4.3	Distribusi responden berdasarkan pekerjaan	65
4.4	Distribusi responden berdasarkan pengeluaran perbulan	66
4.5	Hasil Uji Validitas	67
4.6	Hasil Uji Reabilitas	68
4.7	Hasil Uji Normalitas	69
4.8	Hasil Uji Auto Korelasi	71
4.9	Hasil Uji Linearitas X1	72
4.10	Hasil Uji Linearitas X2.....	72
4.11	Hasil Uji Linearitas X3.....	73
4.12	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	74
4.13	Uji hipotesis1	76
4.14	Uji hipotesis2	77
4.15	Uji hipotesis 3	78
4.16	Uji hipotesis 4	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Keterangan	Hal
2.1	Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.....	22
2.2	Model Lima Tahap Proses Membeli	35
2.3	Kerangka Konseptual	38
4.1	Hasil Uji Normalitas	70