

SKRIPSI
CUSTOMER VALUE DAN KUALITAS PELAYANAN
PENGARUHNYA : TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PRODUK SEPATU DI PT. MATAHARI DEPARTMENT
STORE GRESIK



Oleh :

JUANTORO ANDI PURWANTO

NIM : 2018020016

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS GRESIK

2022

SKRIPSI
CUSTOMER VALUE DAN KUALITAS PELAYANAN
PENGARUHNYA : TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PRODUK SEPATU DI PT. MATAHARI DEPARTMENT
STORE GRESIK

Untuk Memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M)

Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Gresik



Oleh :

JUANTORO ANDI PURWANTO

NIM : 2018020016

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS GRESIK

2022

LEMBAR PERSETUJUAN

CUSTOMER VALUE DAN KUALITAS PELAYANAN PENGARUHNYA : TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SEPATU DI PT. MATAHARI DEPARTMENT STORE GRESIK

SKRIPSI

Diajukan Oleh :

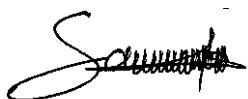
JUANTORO ANDI PURWANTO
NIM : 2018020016

Skripsi telah disetujui untuk diseminarkan

Pada Tanggal 20 Juni 2022

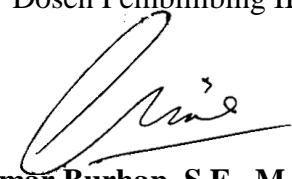
Oleh :

Dosen Pembimbing I



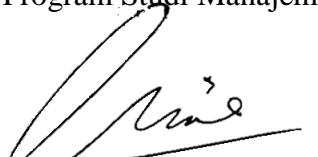
(Arif Syafi'ur Rochman, S.ST., M.MT.)
NIDN : 0729088705

Dosen Pembimbing II



(Umar Burhan, S.E., M.M.)
NIDN: 0718058006

Ketua Program Studi Manajemen


(Umar Burhan, S.E., M.M.)
NIDN : 0718058006

LEMBAR PENGESAHAN

CUSTOMER VALUE DAN KUALITAS PELAYANAN PENGARUHNYA : TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SEPATU DI PT. MATAHARI DEPARTMENT STORE GRESIK

SKRIPSI

Diajukan Oleh :

JUANTORO ANDI PURWANTO
NIM : 2018020016

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan telah direvisi sebagaimana

Disarankan oleh Tim Penguji
Pada Tanggal 22 Juli 2022

Dosen Pembimbing I

(Arif Syafi'ur Rochman, S.ST., M.MT.)

NIDN : 0729088705

Ketua Penguji

(Rachmad Ilham, S.Ant.M.PSDM.,HC.)

NIDN : 0723079203

Anggota Penguji

(Susan Novitasari Khadijah, S.E., M.M.)

NIDN : 0714118803

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi

(Firdaus Indrajaya Tuharea., S.E., M.Si.)

NIDN : 0023057801

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Juantoro Andi Purwanto
Nim : 2018020016
Fakultas : Ekonomi
Program : S-1 (Sarjana)
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul :

**CUSTOMER VALUE DAN KUALITAS PELAYANAN PENGARUHNYA :
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SEPATU DI PT.
MATAHARI DEPARTMENT STORE GRESIK**

Adalah hasil karya saya sendiri dan bukan "**DUPLIKASI**" dari karya orang lain. Sepengetahuan saya dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik disuatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh **DIBATALKAN**, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dan tekanan dari pihak manapun.

Gresik, 22 Juli 2022

Yang menyatakan,



Juantoro Andi Purwanto

**CUSTOMER VALUE DAN KUALITAS PELAYANAN PENGARUHNYA :
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SEPATU DI
PT. MATAHARI DEPARTMENT STORE GRESIK**

Juantoro Andi Purwanto

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gresik

ABSTRAK

Dalam usahanya untuk meningkatkan laba, perusahaan perlu untuk melakukan *customer value* dan kualitas pelayanan. Untuk mencapai efektivitas, perusahaan perlu melakukan pengukuran dari pelaksanaan kualitas pelayanan dan manajemen pemasaran tersebut. Pengukuran itu dapat dilakukan dengan menggunakan indikator non finansial yaitu indeks keputusan pembelian. Rumusan masalah yang di ajukan dalam penelitian ini apakah *customer value* dan kualitas pelayanan secara parsial dan siluman berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk sepatu di PT. Matahari Department Store Gresik. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen produk sepatu di PT. Matahari Department Store Gresik yang berjumlah 75 responden. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling* dengan metode *incidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner (angket), dokumentasi dan wawancara. Jenis metode penelitian ini adalah bersifat deskriptif dengan pendekatan kuantitatif menggunakan SPSS versi 26.00 *for windows*. Hasil penelitian ini adalah variabel *customer value* dan kualitas pelayanan secara parsial dan siluman berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk sepatu di PT. Matahari Department Store Gresik. Bawa variabel *customer value* secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} lebih besar daripada nilai t_{tabel} yaitu $t_{hitung} (3,673) > t_{tabel} (1,66600)$. Variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} lebih besar daripada nilai t_{tabel} yaitu $t_{hitung} (5,190) > t_{tabel} (1,66600)$. Secara simultan variabel *customer value* dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan nilai F_{hitung} lebih besar daripada nilai F_{tabel} yaitu $F_{hitung} (54,497) > F_{tabel} (3,12)$.

Kata Kunci : *Customer Value*, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

**CUSTOMER VALUE AND SERVICE QUALITY INFLUENCE : ON
PURCHASE DECISIONS ON SHOES PRODUCTS IN PT. DEPARTMENT
STORE MATAHARI GRESIK**

Juantoro Andi Purwanto

Management Study Program, Faculty of Economics, University of Gresik

ABSTRACT

In an effort to increase profits, companies need to implement customer value and service quality. To achieve effectiveness, companies need to measure the quality of service and marketing management. This measurement can be done by using non-financial indicators, namely the purchasing decision index. The formulation of the problem proposed in this study is whether customer value and service quality partially and simultaneously affect purchasing decisions on shoe products at PT. Matahari Department Store Gresik. The sample in this study were consumers of shoe products at PT. Matahari Department Store Gresik, totaling 75 respondents. The sampling method used was non-probability sampling with incidental sampling method, which is a sampling technique based on chance. Data collection methods used are questionnaires (questionnaire), documentation and interviews. This type of research method is descriptive with a quantitative approach using SPSS version 26.00 for windows. The results of this study are the variable customer value and service quality partially and simultaneously affect the purchasing decisions of shoe products at PT. Matahari Department Store Gresik. That the variable customer value partially has a positive effect on purchasing decisions, this is evidenced by the value of tcount greater than the value of ttable, namely tcount (3.673) > ttable (1.66600). The service quality variable partially has a positive effect on purchasing decisions, this is evidenced by the value of tcount greater than the value of ttable, namely tcount (5,190) > ttable (1,66600). Simultaneously the variable customer value and service quality have a significant influence on purchasing decisions, this is evidenced by the value of Fcount which is greater than the value of Ftable, namely Fcount (54.497) > Ftable (3.12).

Keywords : Customer Value, Service Quality, Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohiim.

Syukur Alhamdulillah saya panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas limpahan nikmat dan karunia-Nya, serta sholawat dan salam tetap tercurahkan kepada junjungan nabi kita Muhammad SAW, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “**CUSTOMER VALUE DAN KUALITAS PELAYANAN PENGARUHNYA : TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SEPATU DI PT. MATAHARI DEPARTMENT STORE GRESIK**” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa banyak bantuan yang telah diberikan dari berbagai pihak, baik berupa material, maupun spiritual. Selanjutnya penulis haturkan ucapan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada terhormat:

1. Ibu dr. Riski Dwi Prameswari, M.Kes. Selaku Rektor di Universitas Gresik.
2. Bapak Firdaus Indrajaya Tuharea., S.E., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi di Universitas Gresik.
3. Bapak Umar Burhan, S.E., M.M., Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik.
4. Bapak Arif Syafiq Rochman, S.ST., M.MT. Selaku Dosen Pembimbing I di Universitas Gresik, yang telah memberikan dorongan dan semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya.

5. Bapak Umar Burhan, SE., M.M. Selaku Dosen Pembimbing II di Universitas Gresik, yang telah memberikan dorongan dan semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya.
6. Keluarga dan Saudara-saudaraku semuanya yang telah memberikan doa, semangat dan dorongannya atas perjalanan kuliahku hingga terselesaikan skripsi ini.
7. Sahabat-sahabatku yang senantiasa meramaikan suasana di kontrakan mengerjakan skripsi sampai larut malam bersama, selalu setia menemani dikala senang, sedih saling memberikan dukungan satu sama lain.
8. Rekan-rekan seperjuangan di Universitas Gresik yang telah turut serta memberikan semangat dan kerjasama yang baik dan dukungannya selama perkuliahan hingga skripsi.
9. Rekan kerja di PT. Matahari Department Store Gresik yang selalu mendukung saya dalam penelitian skripsi ini.
10. Manajemen PT. Matahari Department Store Gresik beserta jajarannya, yang telah memberikan izin dan sumbangsih saran dalam penelitian ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan waktu, pengetahuan, pengalaman dan lainnya. Oleh karena itu kritik dan saran sangat diharapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan pengetahuan maupun informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Gresik, 15 Juni 2022

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Secara Teoritis.....	7
1.4.2 Secara Praktis	8

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Pemasaran	9
2.1.1.1 Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.1.2 Konsep Inti dalam Pemasaran.....	10
2.1.1.3 Fungsi – fungsi Pemasaran.....	13
2.1.1.4 Strategi Pemasaran.....	14
2.1.2 <i>Customer Value</i>	14
2.1.2.1 Pendekatan Penciptaan Nilai.....	15
2.1.2.2 Tingkatan Nilai.....	16
2.1.2.3 Total <i>Customer Value</i>	17
2.1.2.4 Total <i>Customer Cost</i>	18
2.1.2.5 Dimensi <i>Customer Value</i>	19
2.1.2.6 Indikator <i>Customer Value</i>	20
2.1.3 Kualitas Pelayanan	21
2.1.3.1 Prinsip – Prinsip Kualitas Pelayanan	22
2.1.3.2 Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan	24
2.1.3.3 Faktor Kurangnya Kualitas Pelayanan.....	27
2.1.3.4 Indikator Kualitas Pelayanan	30
2.1.4 Perilaku Konsumen	31
2.1.4.1 Teori Perilaku Konsumen	31
2.1.4.2 Model Perilaku Konsumen.....	32
2.1.4.3 Karakteristik Perilaku Konsumen	33
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	34

2.1.5.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	34
2.1.5.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	34
2.1.5.3 Indikator Keputusan Pembelian	40
2.2 Penelitian Terdahulu	41
2.3 Kerangka konseptual	45
2.4 Hipotesis.....	47
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	48
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	48
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	48
3.2.1 Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>) Sebagai Variabel X	49
3.2.2 Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>) Sebagai Variabel Y	50
3.3 Indikator Variabel Penelitian	51
3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	51
3.4.1 Populasi	51
3.4.2 Sampel.....	51
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	52
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	53
3.5.1 Data Primer	53
3.5.2 Data Sekunder	55
3.6 Metode Analisis Data.....	55
3.6.1 Uji Validitas	56
3.6.2 Uji Reliabilitas	56
3.6.3 Statistik Deskriptif	57

3.6.4 Interval	57
3.6.5 Analisis Korelasi	59
3.6.6 Uji Asumsi Klasik	60
3.6.7 Koefisien Determinasi (R^2).....	63
3.6.8 Analisa Regresi Linier Berganda	63
3.6.9 Uji Hipotesis.....	64
3.6.9.1 Uji-t (Uji Parsial).....	64
3.6.9.2 Uji-F (Uji Simultan).....	66
BAB 4 PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....	69
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	69
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	69
4.1.2 Visi Dan Misi Perusahaan.....	70
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan	71
4.1.4 Uraian Jabatan (<i>job description</i>)	71
4.2 Waktu Penelitian	75
4.3 Hasil Penelitian	75
4.3.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	75
4.3.2 Statistik Deskriptif	78
4.3.3 Interval	81
4.3.4 Deskripsi Variabel Penelitian Berdasarkan Karakteristik Responden	82
4.3.5 Uji Validitas	91
4.3.6 Uji Reliabilitas	93
4.3.7 Uji Asumsi Klasik	94

4.3.8 Analisis Regresi Linier Berganda	100
4.3.9 Uji Hipotesis.....	102
4.3.10 Analisis Korelasi	106
4.3.11 Analisis Determinasi (R^2)	107
4.4 Pembahasan dan Hasil Penelitian.....	108
4.4.1 Karakteristik Responden berdasarkan hasil penelitian	108
4.4.2 Uji Validitas	109
4.4.3 Uji Reliabilitas	110
4.4.4 Pengujian Hipotesis.....	110
4.4.5 Uji Korelasi Berganda (R^2)	112
BAB 5 PENUTUP.....	113
5.1 Kesimpulan	113
5.2 Saran.....	114
DAFTAR PUSTAKA	115

DAFTAR GAMBAR

2.1 Pengambilan Keputusan Pembelian Oleh Konsumen.....	38
2.2 Kerangka Konseptual.....	46
3.1 Kurva Penerimaan atau Penolakan Hipotesis Uji-t.....	66
3.2 Kurva Penerimaan atau Penolakan Hipotesis Uji-F.....	68
4.1 Struktur Organisasi Perusahaan	71
4.2 Komposisi Pelanggan Berdasarkan Jenis Kelamin	76
4.3 Komposisi Pelanggan Berdasarkan Usia	77
4.4 Komposisi Pelanggan Berdasarkan Pendidikan.....	78
4.5 Gambar Autokorelasi	95
4.6 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho Uji-t	103
4.7 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho Uji-t	104
4.8 Kurva Daerah Penerimaan atau Penolakan Hipotesis Uji-F	105

DAFTAR TABEL

1.1 Data Penjualan Produk.....	3
2.1 Penelitian Terdahulu	41
3.1 Indikator Variabel Penelitian	50
3.2 Data Konsumen Pembelian Produk Sepatu	57
3.3 Skala Pengukuran Likert <i>Customer Value</i> dan Kualitas Pelayanan.....	54
3.4 Skala Pengukuran <i>Customer Value</i> dan Kualitas Pelayanan	58
3.5 Dasar Interpretasi Skor Rata-rata	59
3.6 Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r.....	60
3.7 Pengambilan Keputusan Ada Tidaknya Autokorelasi	62
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	75
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	76
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	77
4.4 Statistik Deskriptif	79
4.5 Dasar Interpretasi Skor Rata-rata	81
4.6 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Nilai Pengorbanan ..	82
4.7 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Nilai Emosional	83
4.8 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Nilai Fungsional	83
4.9 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Kehandalan	84
4.10 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Daya Tanggap.....	85
4.11 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Jaminan	86
4.12 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Empati.....	87
4.13 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Bukti Fisik	87
4.14 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Kemantapan	88
4.15 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Kebiasaan.....	89
4.16 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Memberikan	89
4.17 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Pembelian Ulang...	90
4.18 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Value</i>	91
4.19 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	92
4.20 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	92
4.21 Hasil Uji Reliabel.....	93

4.22 Uji Normalitas.....	94
4.23 Uji Autokorelasi	96
4.24 Uji Heteroskedastisitas.....	97
4.25 Uji Multikolinieritas.....	98
4.26 Uji Linieritas	99
4.27 Uji Linieritas	100
4.28 Analisis Regresi Linier Berganda	101
4.29 Uji t.....	102
4.30 Uji F	105
4.31 Analisa Korelasi	106
4.32 Analisa Determinasi (R^2)	107

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Data Kuesioner

Lampiran 2 : Tabulasi Data

Lampiran 3 : Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Lampiran 4 : Tabel r (Koefisien Korelasi Sederhana)

Lampiran 5 : Tabel Durbin - Watson (DW)

Lampiran 6 : Tabel t

Lampiran 7 : Tabel F

Lampiran 8 : Surat Permohonan Perijinan Penelitian

Lampiran 9 : Surat Balasan Permohonan Perijinan Penelitian

Lampiran 10 : Transkip Dokumentasi Foto Penelitian

Lampiran 11 : Kartu Bimbingan