

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *STORE ATMOSPHERE*, *BRAND IMAGE* DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
PRODUK UNIQLO**

**SKRIPSI**

*Untuk memenuhi persyaratan*

*Dalam memperoleh gelar*

*Sarjana Ekonomi*



Disusun Oleh :

**RIRI NOVITASARI AULIA PUTRI**

**Nomor Pokok : K.2017.1.34225**

**Jurusan : Manajemen**

**Program Studi : Pemasaran**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)  
MALANGKUCECWARA  
MALANG  
2021**

## **SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE, STORE ATMOSPHERE DAN HARGA DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK UNIQLO**

Oleh:

**RIRI NOVITASARI AULIA PUTRI**  
K.2017.1.34225

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal:  
02 September 2021 dan dinyatakan LULUS



Mengetahui,  
Ketua STIE Malangkucecwara,

Drs. BUNYAMIN, M.M., Ph.D

## PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI


Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan Oleh orang Iain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan Oleh orang Iain, 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 jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundangundangan yang berlaku (UU nomor 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang, 18 AGUSTUS 2021



Mahasiswa

  
RIRI NOVITASARI AULIA PUTRI

NPM: 2017.1.34225

## Ucapan Terima Kasih

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Store Atmosphere dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Uniqlo”** merupakan salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi. Terwujudnya skripsi ini tidak lepas dari partisipasi dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Kedua orang tua, kakak dan adik tercinta yang selama ini telah membantu penulis dalam bentuk perhatian, kasih sayang, semangat, serta doa yang mengalir demi kelancaran dan kesuksesan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Kepada Ibu Imama Zuchroh, B.Sc., M.COM selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan bimbingan, meluangkan waktunya, memberikan dorongan dan semangat kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Kepada Ibu Dra.Lindananty, MM, selaku ketua jurusan Manajemen. Segenap dosen dan seluruh staf akademik yang selalu membantu dalam memberikan fasilitas, ilmu, serta pendidikan pada penulis hingga dapat menunjang dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Kepada teman-teman spesial, Olivia, Yosepin, Rista, Keke, Siska dan Dika terima kasih telah menjadi teman yang baik bagi penulis yang selalu memberikan dukungan, semangat serta doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Serta masih banyak lagi pihak-pihak yang sangat berpengaruh dalam proses penyelesaian skripsi yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu. Semoga Allah SWT senantiasa membalas semua kebaikan yang telah diberikan. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti umumnya kepada para pembaca.

## ABSTRAK

Secara umum penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menguji apakah terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Produk, *Brand Image*, *Store Atmosphere* dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Uniqlo. Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode purposive sampling. Populasi pada penelitian ini ditetapkan oleh peneliti yaitu responden umur 16 sampai 20 tahun dan umur 21-30 tahun, sampel pada penelitian ini menggunakan rumus lemeshow dan ditemukan 97 responden. Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan angket/kuisisioner dengan skala likert. Dalam menguji pengaruh antar variabel peneliti menggunakan uji f dan uji t.

Hasil dari Anova menunjukkan pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image*, *Store Atmosphere* dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Uniqlo mampu meningkatkan pengaruh terhadap keputusan pembelian. Dimana nilai F hitung  $>$  F tabel,  $7,249 > 0,405$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hasil uji T tiap variabel memiliki t hitung  $<$  t tabel dan nilai signifikansi lebih besar dari  $\alpha = 0,05$  yang artinya  $H_0$  diterima  $H_1$  ditolak. Maka hasil dari uji F Kualitas Produk, *Brand Image*, *Store Atmosphere* dan Harga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada Uniqlo sedangkan hasil uji T Kualitas Produk, *Brand Image*, *Store Atmosphere* dan Harga tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian pada Uniqlo.

*Keywords* : Kualitas Produk, *Brand Image*, *Store Atmosphere*, Harga, Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

This research is aimed to reveal the effect of Product Quality, Brand Image, Store Atmosphere and Price toward Purchase Decision on Uniqlo. This research is a qualitative research with purposive sampling methods. Population in this research are respondent who are 16-20 year old and 21-30 year old, by using lemeshow formula there are 97 respondents that needed. In the data collection the researcher used questionnaire with likert scale. In order to examine the variables' influences the researcher used validity test, reliability test, classic assumption and hypothesis test which cover multiple linear regression, f test (anove test) and t test.

The result of Anove test indicate that Product Quality, Brand Image, Store Atmosphere and Price can increase the probability toward Purchase Decision on Uniqlo. The F value  $>$  F table,  $7,249 > 0,405$  thus  $H_0$  is rejected and  $H_1$  is accepted. T test result indicate that each variable has t value  $<$  t table and significancy value bigger than  $\alpha = 0,05$  which means  $H_0$  is accepted  $H_1$  is rejected. Therefore, the F test result reveals that Product Quality, Brand Image, Store Atmosphere and Price have a significant simultaneously influence toward Purchase Decision on Uniqlo. In contrast, the result of t test reveals that those variables have a usignificant partially toward Purchase Decision on Uniqlo.

**Keywords :** Product Quali, Brand Image, Store Atmosphere, Price, Purchase Decision.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa. Sehingga penyusunan skripsi yang berjudul “Kualitas Produk, Brand Image, Store Atmosphere dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Uniqlo” dapat diselesaikan dengan baik. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada program Sarjana S-1 Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Malangkeçwara Malang. Sangat disadari dengan keterbatasan dan kekurangan yang dimiliki, penulis masih menyadari masih banyak kekurangan dalam penyajian tulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran yang membangun agar tulisan ini dapat dimanfaatkan bagi pihak yang membutuhkan.

Malang, 21 Agustus 2021  
Penulis



Riri Novitasari Aulia Putri

# DAFTAR ISI

## Contents

Halaman Judul.....	i
Lembar Pengesahan .....	ii
Lembar Pernyataan orisinalitas.....	iii
Lembar Riwayat Hidup .....	iv
Ucapan Terima Kasih .....	v
Abstrak.....	vi
Kata Pengantar .....	viii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Lampiran .....	73
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan masalah .....	4
1.3 Tujuan penelitian .....	5
1.4 Manfaat penelitian.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
2.1 Tinjauan teori.....	6
2.1.1 Keputusan pembelian.....	6
2.1.2 Kualitas Produk.....	10
2.1.3 Brand image .....	13
2.1.4 Atmosfir store .....	15
2.1.5 Harga .....	17
2.2 Tinjauan penelitian terdahulu .....	18
2.3 Model konseptual penelitian.....	23
2.4 Pengembangan hipotesis .....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>25</b>
3.1 Jenis penelitian .....	25
3.2 Populasi dan sampel.....	25
3.3 Variabel,operasionalisasi .....	26
3.4 Metode pengumpulan data .....	32



3.5	Metode analisis .....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		39
4.1	Gambaran umum obyek penelitian.....	39
4.2	Analisis deskriptif .....	45
4.3	Pengujian asumsi.....	56
4.4	Pengujian model dan hipotesis.....	58
4.5	Pembahasan.....	65
BAB V PENUTUP .....		68
5.1	Kesimpulan .....	68
5.2	Kontribusi penelitian .....	68
5.3	Keterbatasan penelitian .....	69
5.4	Saran-saran .....	69

## Daftar Tabel

### Contents

1	Peneliti terdahulu .....	18
2	Model konseptual.....	22
3	Struktur organisasi Uniqlo.....	38

## Daftar Gambar

### Contents

1	Jenis kelamin responden.....	46
2	Usia responden.....	46
3	Tabel distribusi kualitas produk.....	47
4	Tabel distribusi brand image .....	48
5	Tabel distribusi store atmosphere .....	50
6	Tabel distribusi harga.....	52
7	Tabel disribusi keputusan pembelian .....	53
8	Uji normalitas .....	56
9	Uji multikolinearitas.....	57
10	Uji heterokedastisitas .....	58
11	Regresi linear berganda .....	59

12	Uji validitas .....	61
13	Uji reabilitas.....	62
14	Uji F dan koefisien determinasi.....	63

## Daftar lampiran

### Contents

1	Kuisisioner .....	73
2	Hasil uji normalitas .....	78
3	Hasil uji multikolinearitas.....	79
4	Hasil uji heterokedastisitas .....	80
5	Hasil uji validitas .....	81
6	Hasil uji reabilitas.....	82
7	hasil Uji F dan koefisien determinasi .....	83
8	hasil Uji T.....	84



Terakreditasi "A", AKUNTANSI, 3233/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2018  
Terakreditasi "A", MANAJEMEN, 2812/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2018

## **SURAT KETERANGAN**

Nomor: 0312.16/BAAK/VIII/2021

Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Malangkuçewara Malang menerangkan bahwa:

Nama : RIRI NOVITASARI AULIA PUTRI  
NPK : K.2017.1.34225  
Program Studi : Manajemen  
Alamat : JL.SELAT SUNDA II D2/32  
No HP : 08984862634  
E-mail : [ririnov24@gmail.com](mailto:ririnov24@gmail.com)

Adalah mahasiswa STIE Malangkuçewara yang telah mengadakan riset dengan data diambil dari: SURVEY KONSUMEN UNIQLO SURABAYA

Data digunakan untuk menyelesaikan skripsi dengan judul:

“PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE, STORE ATMOSPHERE DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UNIQLO”

Dosen pembimbing: IMAMA ZUCHROH, B.Sc., M.COM

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 18 Agustus 2021

Ketua Program Studi Manajemen



*Linda*  
Dra. Lindananty, M.M.

NIK. 202.710.194