



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PEMBELAJARAN  
KONSUMEN, CITRA MEREK DAN SIKAP KONSUMEN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA LARISSA  
AESTHETIC CENTER KUDUS**

Oleh :

**ERLINE ERNINGTYAS**

**NIM. 201411335**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2018**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PEMBELAJARAN  
KONSUMEN, CITRA MEREK DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA LARISSA AESTHETIC CENTER  
KUDUS**

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus



Agung Subono, Se, M.Si.  
NIDN. 0520017602

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PEMBELAJARAN  
KONSUMEN, CITRA MEREK DAN SIKAP KONSUMEN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA LARISSA  
AESTHETIC CENTER KUDUS**

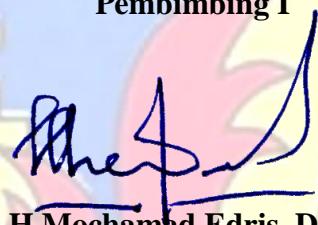
Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Pengaji Ujian Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, ..... 2018

Mengetahui  
**Ketua Progdi Manajemen**

  
Agung Subono, SE, M.Si.  
NIDN. 0520017602

**Pembimbing I**

  
Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM.  
NIDN. 0618066201

Mengetahui  
**Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis**

  
Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM.  
NIDN. 0618066201

**Pembimbing II**

  
Noor Aziz, SE, MM.  
NIDN. 0609107501

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **Motto :**

“Dan bersabarlah kamu, sesungguhnya janji Allah adalah benar.”

**(Q.S Ar-Rum: 60)**

“Waktu itu bagaikan pedang, jika kamu tidak memanfaatkannya menggunakan untuk memotong, ia akan memotongmu (menggilasmu)”

**(H.R. Muslim)**

“Barang siapa keluar untuk mencari Ilmu maka dia berada di jalan Allah “.

**(HR. Turmudzi)**

### **Kupersembahkan kepada :**

1. Kedua orang tuaku tercinta beserta ridho-Nya
2. Keluargaku yang telah memberikan do'a dan semangat.
3. Sahabatku yang tersayang.
4. Almamater kebanggaanku.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT karena dengan rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar dan baik. Adapun maksud penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya penulis haturkan kepada:

1. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus sekaligus Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Noor Azis, SE, MM., selaku selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Agung Subono, SE, M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Kedua orang tua dan saudara-saudaraku yang telah memberikan do'a dan restu serta dorongan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Mas fatah khoirul latif yang selalu mensupport dan mendoakan.
6. Seluruh responden, yaitu konsumen yang pernah membeli produk Larissa Aesthetica Center Kudus.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa hasil penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan.. Semoga segala bantuan dan kebaikan tersebut mendapat limpahan balasan dari Allah SWT. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.



## **ABSTRAKSI**

# **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PEMBELAJARAN KONSUMEN, CITRA MEREK DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA LARISSA AESTHETIC CENTER KUDUS**

**ERLINE ERNINGTYAS  
NIM. 201411335**

Dosen Pembimbing : 1. Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM  
2. Noor Aziz, SE, MM.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh kualitas pelayanan, pembelajaran konsumen, citra merek dan sikap konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Larissa Aesthetic Center Kudus. Variable yang diajukan adalah empat variable bebas dan satu variable terikat, yaitu kualitas pelayanan, pembelajaran konsumen, citra merek dan sikap konsumen sebagai variable bebas dan sedangkan keputusan pembelian sebagai variable terikat.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei terhadap konsumen Larissa Aesthetic Center Kudus dan dianalisis dengan regresi. Tahap pertama dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas pertanyaan setiap variable. Tahap kedua, meregresi pengaruh setiap variable bebas terhadap variable terikat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, pembelajaran konsumen, citra merek dan sikap konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Larissa Aesthetic Center Kudus. Perusahaan perlu memberikan jaminan perawatan dengan cara pengontrolan secara rutin dan menanyakan hasil perawatan terhadap konsumen serta memberikan respon yang baik sehingga dapat meningkatkan citra perusahaan.

**Kata kunci:** kualitas pelayanan, citra merek, sikap konsumen dan keputusan pembelian

## **ABSTRACT**

### **INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, CONSUMER LEARNING, BRAND IMAGE AND CONSUMER ATTITUDE OF PURCHASE DECISION ON LARISSA AESTHETIC CENTER KUDUS**

**ERLINE ERNINGTYAS  
NIM. 201411335**

*Guidance Lecturer* : 1. Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM.  
2. Noor Aziz, SE, MM.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
FACULTY OF ECONOMIC AND BUSINESS STUDY PROGRAM  
OF MANAGEMENT**

*This study aims to analyze the influence of service quality, consumer learning, brand image and consumer attitudes significantly influence the purchase decision at Larissa Aesthetic Center Kudus. Variables proposed are four independent variables and one dependent variable, namely service quality, consumer learning, brand image and consumer attitudes as independent variables and while purchasing decisions as a dependent variable.*

*Method used in this research is survey method to consumer of Larissa Aesthetic Center Kudus and analyzed by regression. The first stage tested the validity and reliability of each variable question. The second stage, regressing the influence of every independent variable to the dependent variable.*

*The results showed that the variable of service quality, consumer learning, brand image and consumer attitudes have a positive and significant effect on purchase decision at Larissa Aesthetic Center Kudus. The company needs to provide care guarantees by routinely controlling and asking the results of care to consumers as well as providing a good response that can improve the company's image.*

**Keywords:** *quality of service, brand image, consumer attitudes and purchasing decisions.*

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAKSI .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Ruang Lingkup .....	6
1.3. Perumusan Masalah.....	7
1.4. Tujuan Penelitian.....	8
1.5. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	9
2.1. Kualitas Pelayanan .....	9
2.2. Pembelajaran Konsumen.....	12
2.3. Citra Merek.....	13
2.4. Sikap Konsumen .....	15
2.5. Keputusan Pembelian .....	17

	Halaman
2.6. Hubungan Antar Variabel .....	20
2.7. Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	23
2.8. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	24
2.9. Hipotesis.....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>27</b>
3.1. Rancangan Penelitian .....	27
3.2. Variabel Penelitian .....	28
3.3. Definisi Operasional .....	28
3.4. Jenis dan Sumber Data .....	31
3.5. Populasi dan Sampel.....	31
3.6. Teknik Pengumpulan Data .....	33
3.7. Pengujian Instrumen Penelitian .....	33
3.8. Pengolahan Data .....	38
3.9. Metode Analisa Data .....	39
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>48</b>
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	48
4.2. Penyajian Data.....	53
4.3. Analisi Data .....	60
4.4. Pembahasan.....	67
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>72</b>
5.1. Kesimpulan.....	72
5.2. Saran-saran .....	73

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan .....	35
Tabel 3.2. Hasil Uji Validitas Pembelajar Konsumen .....	36
Tabel 3.3. Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek .....	36
Tabel 3.4. Hasil Uji Validitas Variabel Sikap Konsumen .....	36
Tabel 3.5. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	37
Tabel 3.6. Hasil Pengujian Reliabilitas .....	37
Tabel 4.1. Pengelompokan Responden Berdasarkan Umur.....	54
Tabel 4.2. Pengelompokan Responden Berdasarkan Status Perkawinan	54
Tabel 4.3. Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Perawatan .....	55
Tabel 4.4. Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan .....	56
Tabel 4.5. Frekuensi Variabel Pembelajaran Konsumen.....	57
Tabel 4.6. Fekuensi Variabel Citra Merek .....	58
Tabel 4.7. Frekuensi Variabel Sikap Konsumen .....	59
Tabel 4.8. Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian .....	60
Tabel 4.10. Hasil Analisis Regresi.....	61
Tabel 4.11. Hasil Pengujian Berganda (signifikansi $\alpha = 5\%$ ).....	65
Tabel 4.12. Nilai <i>Adjusted R Square</i> .....	66

## **DAFTAR GAMBAR**

Halaman

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis ..... 25



## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Data Hasil *Try Out*
- Lampiran 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 4. Data Hasil Kuesioner Responden
- Lampiran 5. Frekuensi Data
- Lampiran 6. Hasil Regresi
- Lampiran 7. Tabel T, F, R

