



**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**JAKARTA**

**SKRIPSI**

***PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN, DAN  
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MEMBERSHIP***

***DI GOLD'S GYM PX JAKARTA BARAT***

**DIAJUKAN OLEH :**

**NAMA : MARCELLINO TIAN SJAH**

**NPM : 115120376**

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT**

**GUNA MENCAPAI GELAR**

**SARJANA EKONOMI**

**2016**

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**JAKARTA**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

NAMA : MARCELLINO TIAN SJAH  
NIM : 115120376  
PROGRAM/JURUSAN : S1 MANAJEMEN  
BIDANG KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN  
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS  
PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MEMBERSHIP DI  
GOLD'S GYM PX JAKARTA BARAT

Jakarta, Januari 2016

Dosen Pembimbing,

(Herlina Budiono, S.E., M.M.)

**FAKULTAS EKONOMI**

**JAKARTA**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

**SETELAH LULUS KOMPREHENSIF/SKRIPSI**

NAMA : MARCELLINO TIANSAJAH  
NIM : 115120376  
PROGRAM/JURUSAN : S1 MANAJEMEN  
BIDANG KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN  
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH CITRA MEREK , KUALITAS  
PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN *MEMBERSHIP* DI  
GOLD'S GYM PX JAKARTA BARAT

Tanggal: 22 Januari 2016 Ketua Panitia :

( Sarwo Edy Handoyo, S.E., M.M.)

Tanggal: 22 Januari 2016 Anggota Panitia:

(Dr. Nuryasman,MN, S.E.,M.M.)

Tanggal: 22 Januari 2016 Anggota Panitia:

(Herlina Budiono, S.E., M.M.)

## **ABSTRAK**

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**JAKARTA**

A. MARCELLINO TIANSJAH

B. PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *MEMBERSHIP* DI GOLD'S GYM PX JAKARTA BARAT

C. xiii + 116 hlm; 2016; tabel 20 ; gambar 7 ; lampiran 10

D. MANAJEMEN PEMASARAN

E. Abstract : This study was conducted to determine the effect of citra merek, kualitas pelayanan, and harga on keputusan pembelian in Gold's Gym Px West Jakarta . The population is consumer who became member in Gold's Gym Px and consumer who already join membership in Gold Gym Px. The Sampling frame for this research was limited to consumer Gold's Gym Px in West Jakarta. The non-probability sampling methods used in this research. The methods of data collection conducted by distributing questionnaires to 100 respondents. The findings of this research showed that citra merek, kualitas pelayanan, and harga significant on keputusan pembelian membership in Gold's Gym Px West Jakarta

F. Daftar Pustaka

G. Herlina Budiono, S.E., M.M.

*“There is nothing in the dark that isn't there when the lights are on”*

*— Red Serling—*

*Karya sederhana ini kupersembahkan:*

*untuk yang tercinta*

*Papi dan Mami,*

*Kedua Cece dan Sahabat*

*Sekalian*

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena telah melimpahkan berkat, rahmat, dan kasih sayang-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini dibuat dengan tujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen, Universitas Tarumanagara.

Penulisan skripsi ini tidak dapat berjalan dengan baik dan lancar tanpa adanya dukungan dan bantuan yang diberikan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu selama proses penyusunan skripsi ini, khususnya kepada :

1. Ibu Herlina Budiono, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing dan memberikan nasihat kepada penulis sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.
2. Bapak Dr. Sawidji Widoatmodjo, S.E., M.M., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Dr. Ignatius Roni Setyawan, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.

4. Para Dosen Universitas Tarumanagara yang telah membimbing, mengajarkan, dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
5. Keluarga yang tercinta, Papi (dr. Jeffry Sugianto), Mami (Dra. Yewiwati), cece (drg. Regina Sugiyanthi), cece (dr. Novia Sugianto).
6. Novera Monica yang selalu meluangkan waktu dan memberikan semangat tiada henti kepada penulis selama penyusunan skripsi.
7. Sahabat-sahabat terkasih Lucyana Monica, Erick Husin, Kelvin Pratama, Sutriska, Tivau Finardo, Donni Rudenko, Sweetchris Intan, Alferdo Steven, Rina, Oktaviana Lukitasari yang selalu menyemangati penulis dalam penyusunan skripsi ini, dan teman-teman lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
8. Pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah mendukung penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Jakarta, Januari 2016

Marcellino Tiansjah



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
ABSTRAK .....	iv
HALAMAN MOTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL DAN GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
BAB I      PENDAHULUAN .....	1
A. Permasalahan .....	1
1. Latar Belakang .....	1
2. Identifikasi .....	3
3. Pembatasan .....	4
4. Perumusan .....	4
B. Tujuan dan Manfaat .....	5
BAB II     LANDASAN TEORI .....	7
A. Definsi Variabel .....	7
B. Kerangka Teori .....	10
C. Penelitian yang Relevan .....	19
D. Kerangka Pemikiran .....	21
E. Hipotesis .....	23
BAB III    METODE PENELITIAN .....	24
A. Populasi dan Teknik Pemilihan Sampel .....	24
B. Operasionalisasi Variabel .....	25
C. Metode Pengumpulan Data .....	29
D. Teknik Uji Validitas dan Reliabilitas .....	30

	E. Teknik Analisis Data .....	31
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	38
	A. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	38
	B. Deskripsi Subjek dan Objek Penelitian .....	42
	C. Hasil Analisis .....	52
	D. Pembahasan .....	63
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN .....	66
	A. Kesimpulan .....	66
	B. Saran .....	66
	DAFTAR PUSTAKA .....	69
	LAMPIRAN .....	72
	DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	115
	SURAT PERNYATAAN SKRIPSI .....	116

## DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

Tabel 2.1	Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3.1	Operasional Variabel <i>Brand Image</i> .....	26
Tabel 3.2	Operasional Variabel <i>Service Quality</i> .....	27
Tabel 3.3	Operasional Variabel <i>Price</i> .....	28
Tabel 3.4	Operasional Variabel <i>Purchase Decision</i> .....	29
Tabel 4.1	Hasil Pengujian Validitas X1 .....	38
Tabel 4.2	Hasil Pengujian Validitas X2 .....	39
Tabel 4.3	Hasil Pengujian Validitas X3 .....	40
Tabel 4.4	Hasil Pengujian Validitas Y.....	41
Tabel 4.5	Hasil Pengujian Reliabilitas .....	42
Tabel 4.6	Deskripsi Objek Penelitian X1 .....	47
Tabel 4.7	Deskripsi Objek Penelitian X2 .....	48
Tabel 4.8	Deskripsi Objek Penelitian X3 .....	50
Tabel 4.9	Deskripsi Objek Penelitian Y .....	51
Tabel 4.10	Hasil Uji Multikolinearitas .....	53
Tabel 4.11	Hasil Uji Heteroskedastisitas – <i>Glesjer Test</i> .....	55
Tabel 4.12	Hasil Analisis Regresi Ganda .....	57
Tabel 4.13	Hasil Uji F .....	59
Tabel 4.14	Hasil Uji t.....	61
Tabel 4.15	Hasil Uji <i>R-Square</i> .....	62
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	22
Gambar 4.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	43

Gambar 4.2	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	44
Gambar 4.3	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	45
Gambar 4.4	Profil Responden Berdasarkan Penghasilan.....	46
Gambar 4.5	<i>Scatterplot</i> .....	54
Gambar 4.6	Uji Normalitas .....	56

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner .....	72
Lampiran 2	Hasil Kuesioner .....	77
Lampiran 3	Hasil Analisis Validitas dan Reliabilitas .....	90
Lampiran 4	Deskripsi Subjek Penelitian.....	95
Lampiran 5	Deskripsi Objek Penelitian .....	97
Lampiran 6	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	111

Lampiran 7 Hasil Analisis Regresi .....	113
Lampiran 8 Hasil Analisis Uji t .....	114
Lampiran 9 Hasil Analisis Uji F .....	114
Lampiran 10 Hasil Analisis Uji <i>R-Square</i> .....	114

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. PERMASALAHAN**

#### **1. Latar Belakang**

Pada zaman sekarang kebugaran jasmani sangat penting untuk menjalani aktivitas sehari-hari, terlebih masyarakat perkotaan yang memiliki mobilitas yang tinggi, menuntut masyarakat perkotaan untuk memiliki tingkat kebugaran jasmani yang prima. Menurut Sudarno (1992:9) bahwa kebugaran jasmani adalah suatu keadaan saat tubuh mampu menunaikan tugas hariannya dengan baik dan efisien tanpa mengalami kelelahan yang berarti, dan tubuh masih memiliki cadangan tenaga baik untuk mengatasi cadangan mendadak maupun yang darurat. Maka tempat kebugaran atau biasa disebut *fitness centre* menjadi pilihan alternatif masa kini, dimana mereka dapat berolahraga mendapat bentuk tubuh yang ideal dan tentunya kebugaran jasmani yang prima. Dengan semakin maraknya bisnis *fitness centre*, konsumen pun lebih selektif dalam memilih *fitness centre*.

Terdapat banyak bisnis yang bergerak dalam industri kebugaran di Indonesia khususnya Jakarta. Salah satunya yakni Gold's Gym. Dikutip menurut Femina 10 September 2013, Gold's Gym merupakan jaringan *fitness center* internasional terbesar di dunia dengan 700 tempat kebugaran yang tersebar di lebih dari 30 negara. Di Indonesia,

pertumbuhan Gold's Gym pertahun mencapai 30% dengan jumlah member mencapai 60.000 orang dari 20 klub yang ada. Tahun ini Gold's Gym berencana membuka 5 klub baru. Dengan begitu, total klub Gold's Gym akan mencapai 25 klub dan tersebar di Jakarta, Tangerang, Bandung dan beberapa kota lainnya. Banyak faktor yang dipertimbangkan dalam keputusan pembelian member suatu *fitness centre* diantaranya variabel citra merek. Dengan menyandang nama besar seperti itu, sangat penting menjaga citra merek agar tetap bertahan di industri kebugaran yang semakin ketat.

Menurut Wijaya (2012) citra merek adalah apa yang konsumen pikirkan dan rasakan ketika mendengar atau melihat nama suatu merek. Penelitian yang dilakukan oleh Aaker dan Keller (1990) menunjukkan bahwa sebuah merek dengan citra yang positif meningkatkan loyalitas dan kepercayaan konsumen serta memperlambat intensi pembelian konsumen. Selain citra merek, variabel yang tidak kalah pentingnya adalah kualitas pelayanan. Menurut Kotler (2010 : 153) kualitas pelayanan merupakan model yang menggambarkan kondisi pelanggan dalam membentuk harapan akan layanan dari pengalaman masa lalu, promosi dari mulut ke mulut, dan iklan dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima/rasakan. Kualitas pelayanan memegang peranan yang sangat penting dalam industri ini, karena selain kelengkapan alat yang dilihat dalam memilih *fitness centre* adalah pelayanannya. Mulai dari *front line* ,

*sales*, hingga *personal trainer*. Karena *fitness centre* berhubungan dengan jasa, dan member merupakan pengguna jasa tersebut. Dimensi kualitas pelayanan terdiri dari keandalan (*reliability*), koresponsifan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*). Empati (*emphaty*), dan berwujud (*tangible*). Variabel lain yang dipertimbangkan dalam mengambil keputusan pembelian adalah harga. Dalam keputusan pembelian menjadi *membership* suatu *fitness centre*, saat ini banyak yang menggunakan sistem *membership* (kontrak berjangka waktu) dan adanya penawaran dengan harga yang tepat akan menarik minat konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Berdasarkan dengan latar belakang tersebut, penelitian mencoba meneliti **“PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *MEMBERSHIP* DI GOLD’S GYM PX JAKARTA BARAT”**

## **2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian yang terdapat pada bagian latar belakang tersebut, dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut, yaitu:

- a. Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian.
- b. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.
- c. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.
- d. Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian



- e. Pengaruh tempat terhadap keputusan pembelian.
- f. Pengaruh produk terhadap keputusan pembelian.

### **3. Pembatasan Masalah**

Dalam skripsi ini, diberikan beberapa batasan atas permasalahan yang ada sehingga penelitian menjadi lebih terarah. Pembatasan ini dilakukan untuk memfokuskan analisis terhadap permasalahan yang telah dibatasi.

Berdasarkan hal yang telah diuraikan maka dibatasi pembahasan penelitian ini hanya pada:

- a. Responden yang diambil hanya dari Gold's Gym Px Jakarta barat sebanyak 100 orang.
- b. Hanya akan meneliti tentang variabel citra merek, kualitas pelayanan, harga, dan keputusan pembelian.

### **4. Perumusan**

Berdasarkan pembatasan masalah, maka permasalahan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Apakah terdapat pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian *membership* di Gold's Gym Px Jakarta Barat?
- b. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian *membership* di Gold's Gym Px Jakarta Barat?
- c. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *membership* di Gold's Gym Px Jakarta Barat?

- d. Apakah terdapat pengaruh citra merek, kualitas pelayanan, dan harga terhadap keputusan pembelian *membership* di Gold's Gym Px Jakarta Barat?

## **B. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN**

### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut di atas, maka tujuan penelitian yang dilakukan adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian *membership* di Gold's Gym Px Jakarta Barat.
- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian *membership* di Gold's Gym Px Jakarta Barat.
- c. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *membership* di Gold's Gym Px Jakarta Barat.

### **2. Manfaat Penelitian**

Adapun kegunaan dari penelitian yang dilakukan penulis adalah sebagai berikut:

- a. Manfaat Praktek

Penelitian ini diharapkan agar dapat memberikan tambahan informasi bagi perusahaan dan memberikan masukan bagi manajemen untuk menetapkan kebijakan kedepannya. Dengan

memperhatikan faktor–faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian suatu jasa / produk.

b. Manfaat Teoritis

Untuk menambah pengetahuan dan wawasan mengenai Manajemen Pemasaran, khususnya mengenai variabel citra merek, kualitas pelayanan, harga , dan keputusan pembelian. Serta sebagai bagian dari pemenuhan syarat di bidang akademik untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Tarumanagara, Jakarta.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. and Kevin Lane Keller. 1990. Consumer Evaluations of Brand Extensions. *Journal of Marketing* 54.
- Aghdaie, Seyed F.A., dkk. 2012. Investigating the Effects of Price and Brand Leveraging Strategy on Consumer's Behavioral Intention (Case Study: Daily Food Products). *International Journal Of Business and Management* Vol 7. 76-85.
- Ahmed Sallam, Methaq. 2014. The Effect of Brand Image and Brand Identification on Brand Love and Purchase decision Making. *International Business Research* Vol 7. 187-193.
- Andreti, Junio, dkk. 2013. The Analysis of Product, Price, Place, Promotion and Service Quality on Customers' Buying Decision Of Convenience Store: A Survey of Young Adult in Bekasi, West Java, Indonesia. *International Journal of Advances in Management and Economics* Vol 2. 72- 78.
- Aritonang, Lerbin. 2007. *Riset Pemasaran : Teori dan Praktik*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Azis, Jabran, dkk. 2012. The Impact of Brands on Consumer Purchase Intention. *Asian Journal of Bussiness Management* 4. 105-110.
- Chang, Hsin Hsin, dkk. 2008. The Antecedents and Consequences of Brand Equity in Service Markets. *Asia Pasific Management Review*, 13, 2008.
- Crawford, Merle dan Anthony Di Bendetto. 2006. *New Products Management*. 8th Edition. North America: McGraw-Hill International.
- Green, Robert D and Hui Chu Chen. 2010. Spousal Purchasing Behavior as an Influence on Brand Equity, *International Journal of Management and Marketing Research*. Vol 3.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Edisi Lima. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Keegan, Warren. 1996. *Manajemen Pemasaran Global jilid II* edisi Enam, Bahasa Indonesia. Jakarta: Perhallindo.
- Kotler, Philip. 2007. *Marketing Management*, Pearson Prentice Hall, New York.
- \_\_\_\_\_ dan Armstrong. 2008. *Prinsip – prinsip pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- \_\_\_\_\_ dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- \_\_\_\_\_ dan Armstrong, G. 2010. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Ketiga. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Malhotra, Naresh K. 2005. *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan Jilid 1*. Edisi Keempat. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- \_\_\_\_\_ dan Birks, D. F. 2006. *Marketing Research an Applied Approach*, 2nd Edition. Pearson Education Limited:England.
- Mitrasari, Rine, Wahyu Hidayat dan Reni Shinta Dewi. 2011. Pengaruh Harga, Kualitas pelayanan, dan Brand Image terhadap keputusan pemegang polis dalam memilih asuransi. 1-8. *Journal of Marketing* 56.

- Monroe. 2003. *Pricing Making Profitable Decision*. New York: The McGraw Hill Companies, Inc.
- Priyatno, Duwi. 2012. *Cara kilat belajar analisis data dengan SPSS 20*. Edisi Satu. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Paul, Peter J. dan Olson Jerry C, 1999, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Schiffman & Kanuk. 2004. *Perilaku Konsumen*. Edisi Tujuh. Jakarta: Prentice Hall
- \_\_\_\_\_ Leon G., Kanuk, Leslie Lazar. 2010. *Consumer Behavior*. 10th edition, New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Sekaran, Uma. 2003. *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*. New York-USA: John Wiley and Sons, Inc.
- Seock, Yoo-Kyoung. 2003. *Analysis of clothing websites for young customer retention based on a model of customer relationship management via the internet*. Unpublished doctoral dissertation, Virginia Polytechnic Institute and State University.
- Simamora, Bilson. 2003. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT . Gramedia Pustaka Utama
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Sudarno SP. 1992. *Pendidikan Kesegaran Jasmani*. Jakarta: Depdikbud.
- Supranto, J. M.A. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Tam, Kwok Keung. 2007. *Effect of Brand Image on Consumer Purchasing Behaviour on Clothing: Comparison between China and the UK's Consumers*. *Published Dissertation*, Nottingham.
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran*, Edisi Pertama. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- \_\_\_\_\_ 2008. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Wijaya, Bambang S. 2012. Dimensi brand image dalam komunikasi merek. *Published at Journal of UltimaComm*. Vol. 4. No. 2.
- <http://www.femina.co.id/waktu.senggang/info.produk/golds.gym.indonesia/006/007/32>