

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH
PUCUK HARUM
(Studi Kasus pada Konsumen Teh Pucuk Harum di
Bekasi Utara)**

SKRIPSI

Oleh :

Bella Agustina

201710325051



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2021**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Teh Pucuk Harum (Studi Kasus pada Konsumen Teh Pucuk Harum di Bekasi Utara)

Nama Mahasiswa : Bella Agustina

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325051

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 06 Juli 2021

Jakarta, 13 Juli 2021

MENYETUJUI,
Pembimbing



Dewi Sri Wulandari, S.E., M.Sc

NIDN 0303017106

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Teh Pucuk Harum (Studi Kasus pada Konsumen Teh Pucuk Harum di Bekasi Utara)

Nama Mahasiswa : Bella Agustina

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325051

Program Studi/ Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Skripsi : 06 Juli 2021

Jakarta, 13 Juli 2021

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Beti Nurbaiti, S.TP., M.E
NIDN : 0314117307

Penguji I : Dewi Sri Wulandari, S.E., M.Sc
NIDN : 0303017106

Penguji II : Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA., CRA
NIDN : 0309048102

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

Dr. Hadita, S.Pd., M.M
NIDN : 0329048302

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP
NIDN : 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Penelitian saya dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Teh Pucuk Harum (Studi Kasus pada Konsumen Teh Pucuk Harum di Bekasi Utara)” adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas oleh sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila kemudian ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima konsekuensi dan sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini untuk dipinjam dan digandakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Saya memberikan ijin kepada perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya .

Jakarta, 13 Juli 2021

Yang membuat pernyataan,



Bella Agustina

201710325051

ABSTRAK

Bella Agustina, 201710325051. Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Teh Pucuk Harum (Studi Kasus pada Konsumen Teh Pucuk Harum di Bekasi Utara).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian produk Teh Pucuk Harum di Bekasi Utara. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif karena bertujuan untuk mengkonfirmasi data yang didapatkan di lapangan dengan teori yang ada. Sampel diperoleh sebanyak 100 responden dengan teknik non probability sampling menggunakan Teknik *Purposive Sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang didapat dari responden dengan cara pengisian lembar kuesioner. Analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 25. Secara parsial variabel Kualitas Produk memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai t-hitung $>$ t-tabel. Berdasarkan hasil uji dan analisis data diperoleh hasil perhitungan uji parsial menunjukkan nilai t-hitung $5,542 >$ t-tabel $1,9847$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Secara parsial variabel Citra Merek memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai t-hitung $>$ t-tabel. Berdasarkan hasil uji analisis data diperoleh hasil perhitungan uji parsial menunjukkan nilai t-hitung $4,793 >$ t-tabel $1,9847$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_2 diterima. Sedangkan berdasarkan hasil uji simultan yang didapatkan dari penelitian ini pada variabel Kualitas Produk dan Citra Merek telah diperoleh nilai Fhitung $63,174 >$ $3,09$ Ftabel berdasarkan nilai tersebut maka didapatkan sebuah kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari hasil uji tersebut juga dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar $0,000$ yang mana lebih kecil dari $0,05$.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Bella Agustina, 201710325051. *The Influence of Product Quality and Brand Image on Purchasing Decisions for Pucuk Harum Tea (Case Study on Consumers of Pucuk Harum Tea in North Bekasi).*

This study aims to determine and analyze the effect of product quality and brand image on purchasing decisions for Pucuk Harum tea products in North Bekasi. This type of research is quantitative because it aims to confirm the data obtained in the field with existing theories. Samples were obtained as many as 100 respondents with non-probability sampling technique using Technique Purposive Sampling. The data used in this study is primary data obtained from respondents by filling out a questionnaire sheet. Data analysis used multiple linear regression with the help of SPSS version 25. Partially, the Product Quality variable has a significant influence on purchasing decisions with $t\text{-count} > t\text{-table}$. Based on the test results and data analysis, the results of the partial test calculations show the $t\text{-count}$ value of $5.542 > t\text{-table } 1.9847$ with a significant level of $0.035 < 0.05$, then H_0 is rejected and H_1 is accepted. Partially, the Brand Image variable has a significant effect on the Purchase Decision with the value of $t\text{-count} > t\text{-table}$. Based on the results of the data analysis test, the results of the partial test calculation show the $t\text{-count}$ value of $4.793 > t\text{-table } 1.9847$ with a significant level of $0.000 < 0.05$, then H_0 is rejected and H_2 is accepted. Meanwhile, based on the simultaneous test results obtained from this study on the Product Quality and Brand Image variables, the $F\text{count}$ value of $63,174 > 3.09 F\text{table}$ based on this value, a conclusion is obtained that H_0 is rejected and H_a is accepted. From the test results, it can also be seen that the significance value is 0.000 which is smaller than 0.05 .

Keywords : *Product Quality, Brand Image, Purchase Decision.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Teh Pucuk Harum (Studi kasus pada Konsumen Teh Pucuk Harum di Bekasi Utara)”**

Terwujudnya skripsi ini tidak lepas dari bantuan dari berbagai pihak yang telah mendorong dan membimbing penulis, baik tenaga, ide-ide, maupun pemikiran. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M. Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Istaningsih Sastrodiharjo, M.S.Ak., CA., CSRS., CSRA., CMA., CBV., CACP. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Dr. Hadita, S.Pd., M.M. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Dewi Sri Wulandari, P.G., S.E., M.Sc. Selaku Dosen Pembimbing yang telah menyetujui dan membimbing serta memberikan arahan, saran yang diberikan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Ibu Dr. Beti Nurbaiti, S.TP., M.E. Selaku Dosen Penguji I dan Ibu Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., MM., MBA., CRA Selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan arahan, masukan, serta saran untuk perbaikan di skripsi saya.
6. Bapak Jumawan, S.E., M.M. Selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan masukan selama saya menjadi mahasiswa.
7. Yth Seluruh Bpk/Ibu Dosen Prodi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membimbing dan mengajarkan ilmu-ilmu yang bermanfaat dan berguna.
8. Keluarga tercinta, Bapak Alm Ridwan Siregar, Ibu Dewana Simanjuntak, Kakak Bambang Siregar S.T , Adik Marchel Irwansyah Siregar. Terima

kasih atas curah kasih dan sayang serta dorongan doa, nasihat, motivasi, dan pengorbanan materilnya selama penulis menempuh studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

9. Teman-teman seperjuangan selama masa diperkuliahan : Sri destari Prahmadhani, Indra Adi Sugara, Listia Wulandari, Nur Dina Muslimawaty, Albert Chrisbiyanto Dwi, dan Zainab Amalia yang telah memberikan atas dukungan dan kebersamaannya yang selalu menghibur disaat susah maupun senang dan menjadi bukti perjuangan saya dalam meraih sebuah impian yang akan dicapai.
10. Support system penulis Leli Herawati dan Lenny Rahmadhani yang telah memberikan motivasi dan menghibur penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
11. Teman-teman kelas A2 Manajemen yang telah memberikan bantuan dan dukungan serta kerja samanya baik didalam maupun diluar kampus.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebut satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini, semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya. Aamiin.

Jakarta, 13 Juli 2021

Penulis

Bella Agustina

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GRAFIK, DAFTAR TABEL DAN DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II.....	5
TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1. Pemasaran.....	5
2.1.1. Pengertian Pemasaran	5
2.1.2 Konsep Pemasaran	5
2.2 Kualitas Produk	6
2.2.1 Pengertian Kualitas Produk	6
2.2.2 Indikator Kualitas Produk.....	7
2.2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk	7

2.3 Citra Merek.....	9
2.3.1 Pengertian Citra Merek.....	9
2.3.2 Indikator Citra Merk	9
2.4 Keputusan Pembelian	10
2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian	10
2.4.2 Indikator Keputusan Pembelian.....	11
2.4.3 Tahap-Tahap Proses Pembelian Produk	11
2.4.4 Struktur Keputusan Pembelian :	12
2.5 Peneliti Terdahulu	13
2.6 Kerangka Pemikiran	16
2.7 Hipotesis Penelitian.....	17
2.7.1 Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian	17
2.7.2 Hubungan Citra Merek dengan Keputusan Pembelian.....	18
2.7.3 Hubungan Kualitas Produk dan Citra Merek dengan Keputusan Pembelian.....	18
BAB III	19
METODE PENELITIAN.....	19
3.1 Desain Penelitian.....	19
3.2 Tahapan Penelitian	19
3.3 Jenis Data	20
3.3.1 Data Primer	20
3.3.2 Data Sekunder.....	20
3.4 Definisi Operasional Variabel	20
3.4.1 Variabel Dependensi	20
3.4.2 Variabel Independen.....	20
3.4.3 Skala Pengukuran	22

3.5 Waktu dan Tempat Penelitian	22
3.6 Populasi dan Sampel	22
3.6.1 Populasi.....	22
3.6.2 Sampel	22
3.7 Metode Analisis Data	24
3.7.1 Uji Kualitas Data	24
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	25
3.8 Uji Analisi Regresi Linier Berganda	26
3.9 Uji Hipotesis.....	26
3.9.1 Uji t (Parsial).....	27
3.9.2 Uji f (Simultan).....	28
3.9.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	28
BAB IV	29
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	29
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	29
4.1.1 Profil Perusahaan	29
4.1.2 Visi dan Misi	30
4.2 Hasil Penelitian.....	30
4.2.1 Karakteristik Responden.....	30
4.3 Uji Kualitas data.....	33
4.3.1 Uji Validitas	33
4.3.2 Uji Reliabilitas	35
4.4 Uji Asumsi Klasik	36
4.4.1 Uji Normalitas.....	36
4.4.2 Uji Multikolinieritas	37
4.4.3 Uji Heterokedastisitas	38

4.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	39
4.6 Uji Hipotesis.....	40
4.6.1 Uji T.....	40
4.6.2 Uji F.....	41
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	41
4.7 Pembahasan Penelitian.....	42
4.7.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	42
4.7.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	43
4.7.3 Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	44
BAB V.....	45
PENUTUP.....	45
5.1 Kesimpulan.....	45
5.2 Implikasi Manajerial.....	45
DAFTAR PUSTAKA.....	47

DAFTAR GRAFIK, DAFTAR TABEL DAN DAFTAR GAMBAR

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1. Devinisi Operasi Variabel dan Indikator	22
Tabel 3.2. Skala Likert	22
Tabel 4.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	31
Tabel 4.2. Profil Responden Berdasarkan Usia	32
Tabel 4.3. Uji Validitas Kualitas Produk	33
Tabel 4.4. Uji Validitas Citra Merek.....	34
Tabel 4.5. Uji Validitas Keputusan Pembelian	34
Tabel 4.6. Uji Reliabilitas	35
Tabel 4.7. Uji Normalitas.....	36
Tabel 4.8. Uji Multikolinieritas.....	37
Tabel 4.9. Analisis Regresi Linier Berganda	39
Tabel 4.10. Uji T	40
Tabel 4.11. Uji F	41
Tabel 4.12. Koefisien Determinasi (R ²)	41
Gambar 1.1. Market Share	1
Gambar 1.2. Market Share Minuman dalam Kemasan	2
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran.....	17
Gambar 4.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	31
Gambar 4.2. Profil Responden Berdasarkan Usia.....	32
Gambar 4.3. Uji Normalitas model P-Plot.....	37
Gambar 4.4. Uji Heterokedastisitas	38

DAFTAR GRAFIK, DAFTAR TABEL DAN DAFTAR GAMBAR

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1. Devinisi Operasi Variabel dan Indikator	22
Tabel 3.2. Skala Likert	22
Tabel 4.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	31
Tabel 4.2. Profil Responden Berdasarkan Usia	32
Tabel 4.3. Uji Validitas Kualitas Produk	33
Tabel 4.4. Uji Validitas Citra Merek.....	34
Tabel 4.5. Uji Validitas Keputusan Pembelian	34
Tabel 4.6. Uji Reliabilitas	35
Tabel 4.7. Uji Normalitas.....	36
Tabel 4.8. Uji Multikolinieritas.....	37
Tabel 4.9. Analisis Regresi Linier Berganda	39
Tabel 4.10. Uji T	40
Tabel 4.11. Uji F	41
Tabel 4.12. Koefisien Determinasi (R ²)	41
Gambar 1.1. Market Share	1
Gambar 1.2. Market Share Minuman dalam Kemasan	2
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran.....	17
Gambar 4.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	31
Gambar 4.2. Profil Responden Berdasarkan Usia.....	32
Gambar 4.3. Uji Normalitas model P-Plot.....	37
Gambar 4.4. Uji Heterokedastisitas	38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Plagiarisme	51
Lampiran 2 Uji Refrensi.....	55
Lampiran 3 Daftar Pertanyaan	57
Lampiran 4 Tabulasi Kualitas Produk (X1)	59
Lampiran 5 Tabulasi Citra Merek (X2)	61
Lampiran 6 Tabulasi Keputusan Pembelian (Y).....	64
Lampiran 7 Uji Validitas Kualitas Produk (X1)	66
Lampiran 8 Uji Validitas Citra Merek (X2).....	67
Lampiran 9 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	68
Lampiran 10	69
Lampiran 11 Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X1)	69
Lampiran 12 Uji Reliabilitas Citra Merek (X2).....	70
Lampiran 13 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)	71
Lampiran 14 <i>Descriptive Statistic</i>	72
Lampiran 15 Uji Normalitas	72
Lampiran 16 Uji Multikolinieritas	73
Lampiran 17 Uji Heterokedasitas	73
Lampiran 18 Analisis Regresi Linier Bergand	73
Lampiran 19 Uji T.....	74
Lampiran 20 Uji F.....	74
Lampiran 21 Koefisien Determinasi	74
Lampiran 22	75
Lampiran 23	75
Lampiran 24	75
Lampiran 25 Tabel R	76
Lampiran 26 Tabel T.....	79
Lampiran 27 Tabel F.....	83
Lampiran 28 Kartu Bimbingan	87
Lampiran 29 Daftar Riwayat Hidup.....	90