

**Dampak *Brand Image*, *Brand Awareness*, dan Kualitas  
Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mixue di  
Summarecon Bekasi**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**Meita Fitriani**

**201910325406**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2023**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Dampak *Brand Image*, *Brand Awareness*, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mixue di Summarecon Bekasi

Nama Mahasiswa : Meita Fitriani

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910325406

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 10 Juli 2023

Jakarta, 14 Juli 2023

MENYETUJI,

Pembimbing I

Pembimbing II



**Andrian..S.E..M.M.**  
NIDN : 0321077102



**Franciscus Dwikotjo Sri S. S.T..M.M.**  
NIDN : 0329017202

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Dampak *Brand Image*, *Brand Awareness*, dan  
Kualitas Produk Terhadap Keputusan  
Pembelian Mixue di Summarecon Bekasi

Nama Mahasiswa : Meita Fitriani

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910325406

Program Studi : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 10 Juli 2023

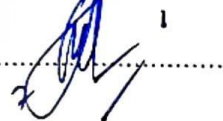
Jakarta, 14 Juli 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Neng Siti Komariah, S.E., M.M.  
NIDN: 0327128105

Sekretaris Tim Penguji : Haryudi Anas, S.E., M.S.M.  
NIDN: 0317117801

Penguji : Andrian, S.E., M.M.  
NIDN: 0321077102



MENGETAHUI,

Ketua Program Studi  
Manajemen



Dr. Hadita, S.Pd., M.M.

NIDN: 0329048302

Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., MBA.

NIDN: 0310036407

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa,

Skripsi dengan judul Dampak *Brand Image*, *Brand Awareness* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Mixue* di Summarecon Bekasi benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

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

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberi izin 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, 14 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



Meita Fitriani

201910325406

## ABSTRAK

**Meita Fitriani (201910325406).** Dampak *Brand Image*, *Brand Awareness*, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mixue di Summarecon Bekasi.

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui Dampak *Brand Image*, *Brand Awareness*, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mixue di Summarecon Bekasi. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dan dalam mendapatkan sampel penulis menggunakan metode *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini ialah sebanyak 150 responden yang dimana fokus responden ini ialah konsumen dari *Mixue* yang berada disekitar Bekasi. Pengujian hipotesis penelitian dilakukan dengan menggunakan uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji f) dengan bantuan program SPSS versi 25. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan terdapat variabel-variabel yang saling berpengaruh seperti pada penjelasan singkat berikut ini: 1). Pada variabel *Brand Image* ( $X_1$ ) diketahui nilai sig.  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 5,793 > t_{tabel} 1,976$  sehingga terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). 2). Pada variabel *Brand Awareness* ( $X_2$ ) diketahui nilai sig  $0,778 > 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 0,282 < t_{tabel} 1,976$  sehingga tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). 3). Pada variabel Kualitas Produk ( $X_3$ ) diketahui nilai sig  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 7,170 > t_{tabel} 1,976$  sehingga terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). 4). Pada variabel *Brand Image* ( $X_1$ ), *Brand Awareness* ( $X_2$ ) dan Kualitas Produk ( $X_3$ ) diketahui nilai sig  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $f_{hitung} 91,673 > f_{tabel} 2,67$ . Berdasarkan itu *Brand Image* ( $X_1$ ), *Brand Awareness* ( $X_2$ ) dan Kualitas Produk ( $X_3$ ) berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

**Kata Kunci:** *Brand Image*, *Brand Awareness*, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian



## ABSTRACT

**Meita Fitriani (201910325406).** *The Impact of Brand Image, Brand Awareness, and Product Quality on Mixue Purchasing Decisions at Summarecon Bekasi*

*The purpose of this study was to determine The Impact of Brand Image, Brand Awareness, and Product Quality on Mixue Purchasing Decisions at Summarecon Bekasi. In this study using quantitative research methods and in obtaining samples the authors used purposive sampling method. The number of samples used in this study were 150 respondents, where the focus of these respondents was consumers of Mixue around Bekasi. The research hypothesis testing was carried out using a partial test (t test) and simultaneous test (f test) with the help of the SPSS version 25. The results of the research that has been carried out show that there are variables that influence each other as in the following brief explanation: 1). In the Brand Image variable ( $X_1$ ) it is known that the sig value.  $0.000 < 0.05$  and the t-value is  $5.793 > t$  table  $1.976$  so that there is a positive and significant influence on Purchasing Decisions (Y). 2). In the Brand Awareness variable ( $X_2$ ), it is known that the sig value is  $0.778 > 0.05$  and the t-value is  $0.282 < t$  table  $1.976$  so that there is no positive and significant effect on Purchasing Decisions (Y). 3). In the Product Quality variable ( $X_3$ ), it is known that the sig value is  $0.000 < 0.05$  and the t-value is  $7.170 > t$  table  $1.976$  so that there is a positive and significant influence on Purchasing Decisions (Y). 4). In the Brand Image ( $X_1$ ), Brand Awareness ( $X_2$ ) and Product Quality ( $X_3$ ) variables, it is known that the sig value is  $0.000 < 0.05$  and the f-value is  $91.673 > f$  table  $2.67$ . Based on that Brand Image ( $X_1$ ), Brand Awareness ( $X_2$ ) and Product Quality ( $X_3$ ) simultaneously influence Purchasing Decisions (Y).*

**Keywords:** *Brand Image, Brand Awareness, Product Quality and Purchasing Decisions*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT, kepada saya sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Dampak *Brand Image*, *Brand Awareness* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Mixue* di Summarecon Bekasi” guna memenuhi salah satu syarat untuk melanjutkan penelitian tugas akhir. Oleh karena itu, dari hati yang paling dalam penulis menyampaikan ucapan terimakasih khususnya kepada:

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak 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. Bapak Andrian, SE., MM, selaku Dosen Pembimbing I yang telah menyediakan waktu serta selalu memberikan solusi pada setiap permasalahan atas kesulitan dalam penulisan skripsi,
5. Bapak Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo, ST., M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah menyediakan waktu serta selalu memberikan solusi pada setiap permasalahan atas kesulitan dalam penulisan skripsi,
6. Bapak Dr. Muhammad Richo Rianto, SE., MM, selaku Dosen Pembimbing Akademik.
7. Ibu saya yang selalu mendukung dan senantiasa mendo'akan saya sepanjang waktu. Tanpa kehadiran Ibu saya, saya tidak akan pernah mencapai titik ini.

8. Seluruh sahabat perkuliahan saya Allysa, Ocha, Inas, Fitrah, Nickori, Dela, Ratna dan teman seperbimbingan seperjuangan yang selalu saling mendukung selama penyusunan skripsi ini.
9. Untuk Gina, Puput, Adel, dan Ibanes terima kasih telah membantu dan memberikan semangat kepada saya hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Jakarta, 14 Juli 2023

Penyusun

Meita Fitriani





## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iii
ABSTRAK .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.5 Batasan Masalah.....	7
1.6 Sistematika Penulisan .....	7
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	9

<b>2.1 Telaah Teoritis</b> .....	9
2.1.1 Manajemen Pemasaran .....	9
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	9
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	10
<b>2.2 Brand Image</b> .....	11
2.2.1 Pengertian <i>Brand Image</i> .....	11
2.2.2 Faktor-Faktor <i>Brand Image</i> .....	12
2.2.3 Indikator <i>Brand Image</i> .....	12
<b>2.3 Brand Awareness</b> .....	13
2.3.1 Pengertian <i>Brand Awareness</i> .....	13
2.3.2 Indikator <i>Brand Awareness</i> .....	14
<b>2.4 Kualitas Produk</b> .....	14
2.4.1 Pengertian Kualitas Produk .....	14
2.4.2 Indikator Kualitas Produk.....	15
<b>2.5 Keputusan Pembelian</b> .....	16
2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	16
2.5.1 Indikator Keputusan Pembelian.....	17
<b>2.6 Telaah Empiris</b> .....	17
<b>2.7 Kerangka Berpikir</b> .....	20
<b>2.8 Hipotesis</b> .....	21

2.8.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	21
2.8.2 Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian.....	22
2.8.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	23
2.8.4 Pengaruh <i>Brand Image</i> , <i>Brand Awareness</i> , dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
<b>3.1 Desain Penelitian .....</b>	<b>26</b>
<b>3.2 Tahapan Penelitian.....</b>	<b>27</b>
<b>3.3 Operasionalisasi Variabel.....</b>	<b>27</b>
3.3.1 Variabel Bebas ( <i>Independent Variable</i> ) .....	27
3.3.2 Variabel Terikat ( <i>Dependent Variable</i> ) .....	28
<b>3.4 Definisi Operasional Variabel.....</b>	<b>29</b>
<b>3.5 Waktu dan Tempat Penelitian .....</b>	<b>30</b>
<b>3.6 Populasi dan Sampel .....</b>	<b>30</b>
3.6.1 Populasi.....	30
3.6.2 Sampel .....	31
<b>3.7 Teknik Pengambilan Sampel.....</b>	<b>31</b>
<b>3.8 Sumber Data .....</b>	<b>32</b>
<b>3.9 Metode Pengumpulan Data .....</b>	<b>32</b>
<b>3.10 Metode Analisis Data .....</b>	<b>33</b>

3.10.1 Uji Validitas.....	33
3.10.2 Uji Reliabilitas .....	34
3.10.3 Uji Asumsi Klasik.....	35
3.10.4 Analisis Regresi Liner Berganda .....	36
3.10.5 Uji Hipotesis .....	37
3.10.6 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	38
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>40</b>
<b>4.1 Gambaran Umum.....</b>	<b>40</b>
4.1.1 Profil Perusahaan .....	40
4.1.2 Menu <i>Mixue</i> .....	41
4.1.3 Visi.....	43
4.1.4 Misi .....	44
<b>4.2 Karakteristik Responden.....</b>	<b>45</b>
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	45
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	46
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian.....	46
<b>4.3 Teknik Pengambilan Sampel.....</b>	<b>47</b>
<b>4.4 Hasil Pengujian dan Pembahasan.....</b>	<b>48</b>
4.4.1 Uji Validitas.....	48
<b>4.7 Uji Hipotesis .....</b>	<b>54</b>

4.7.1 Uji t (Parsial).....	54
4.7.2 Uji F (Simultan).....	56
4.7.3 Uji Koesfisiensi Determinan ( $R^2$ ).....	57
<b>4.8 Pembahasan.....</b>	<b>57</b>
4.8.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	57
4.8.2 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	58
4.8.3 Pengaruh Kualitas Produk ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) ...	59
<b>BAB V PENUTUPAN.....</b>	<b>61</b>
5.1 Kesimpulan.....	61
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	62
5.3 Saran.....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>64</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>71</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>18</b>
<b>Tabel 3. 1 Definisi Operasional.....</b>	<b>29</b>
<b>Tabel 3. 2 Skala Likert .....</b>	<b>33</b>
<b>Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....</b>	<b>45</b>
<b>Tabel 4. 2 Karakteristik Responden berdasarkan Domisili.....</b>	<b>46</b>
<b>Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian.....</b>	<b>47</b>
<b>Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas .....</b>	<b>48</b>
<b>Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas .....</b>	<b>49</b>
<b>Tabel 4. 6 Hasil Uji Normalitas.....</b>	<b>50</b>
<b>Tabel 4. 7 Hasil Uji Multikolinearitas.....</b>	<b>51</b>
<b>Tabel 4. 8 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....</b>	<b>53</b>
<b>Tabel 4. 9 Hasil Uji T .....</b>	<b>55</b>
<b>Tabel 4. 10 Hasil Uji F .....</b>	<b>56</b>
<b>Tabel 4. 11 Hasil Uji Koefisien Determinan (<math>R^2</math>) .....</b>	<b>57</b>



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir .....</b>	<b>21</b>
<b>Gambar 4. 1 Gerai Mixue Ciwalk .....</b>	<b>40</b>
<b>Gambar 4. 2 Daftar Menu Mixue .....</b>	<b>41</b>
<b>Gambar 4. 3 Sertifikat Halal Mixue.....</b>	<b>43</b>
<b>Gambar 4. 4 Hasil Uji Heteroskedasitas .....</b>	<b>52</b>



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 .....	72
Lampiran 2 .....	74
Lampiran 3 .....	81
Lampiran 4 .....	87
Lampiran 5 .....	99
Lampiran 6 .....	103
Lampiran 7 .....	105

