

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK *BRAND* CARDINAL DI
RAMAYANA DEPARTEMENT STORE BEKASI**

SKRIPSI

Oleh:

Yustika Sulistianingtias

201810325328



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra
Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk
Brand Cardinal di Ramayana Departement Store
Bekasi

Nama Mahasiswa : Yustika Sulistianingtias

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325328

Program Studi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 11 Juli 2022

Jakarta, 20 Juli 2022

MENYETUJUI

Pembimbing



Dr. Wastam Wahyu Hidayat, S.E., M.M

NIDN 0412056705

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra
Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk
Brand Cardinal di Ramayana Departement Store
Bekasi

Nama Mahasiswa : Yustika Sulistianingtias

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325328

Program Studi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 11 Juli 2022

Jakarta, 20 Juli 2022

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Agustian Zen, Ph.D
NIDN 0302085301



Penguji 1 : Adi Wibowo Noor Fikri, S.Kom, MBA
NIDN 0325027901



Penguji 2 : Dr. Wastam Wahyu Hidayat, S.E., M.M
NIDN 0412056705



MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen



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

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak
NIDN 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Brand* Cardinal Di Ramayana Departement Store Bekasi. Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian 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 memberikan 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, 15 Juli 2022

Yang membuat pernyataan,



Yustika Sulistianingtias

201810325328

ABSTRAK

Yustika Sulistianingtias. 201810325328. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Brand Cardinal di Ramayana Departement Store Bekasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Brand Cardinal di Ramayana Departement Store Bekasi. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan teknik sampling *Purposive Sampling*. Adapun jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 150 responden konsumen Cardinal. Teknik analisis data dilakukan dengan program IBM SPSS 25 dengan metode statistik yang terdiri dari Uji Instrument, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Berganda Dan Koefisien Determinasi. Berdasarkan hasil penelitian ini menjelaskan bahwa: (1) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara parsial. (2) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara parsial. (3) Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara parsial. (4) Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara simultan.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Yustika Sulistianingtias. 201810325328. *The Influence of Product Quality, Price and Brand Image on Purchase Decisions for Cardinal Brand Products at Ramayana Department Store Bekasi.*

This study aims to determine the effect of product quality, price and brand image on purchasing decisions for Cardinal Brand Products at Ramayana Department Store Bekasi. This type of research is quantitative research with purposive sampling technique. The number of samples used in this study were 150 Cardinal consumer respondents. The data analysis technique was carried out using the IBM SPSS 25 program with statistical methods consisting of Instrument Test, Classical Assumption Test, Multiple Regression Analysis and Coefficient of Determination. Based on the results of this study, it is explained that: (1) Product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions partially. (2) Price has a positive and significant effect on purchasing decisions partially. (3) Brand Image has a positive and significant effect on purchasing decisions partially. (4) Product quality, price and brand image have a positive and significant effect on purchasing decisions simultaneously.

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

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat membuat skripsi, dimana skripsi ini untuk memenuhi salah satu persyaratan kelulusan gelar strata S1 pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini, peneliti banyak mengalami kekurangan. Berkat bantuan bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak akhirnya penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan. Oleh karena itu, dengan segala hormat penulis mengucapkan terimakasih atas kelancaran proses pembuatan skripsi kepada:

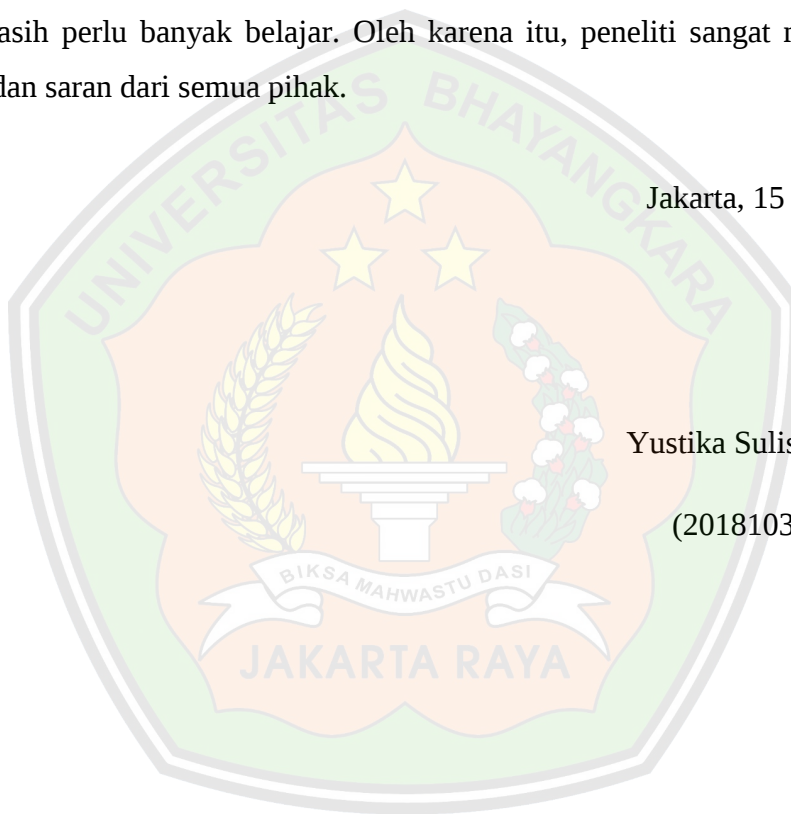
1. Bapak Irjen Pol (Purm) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Dr. Hadita, S.Pd., MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Dr. Hj. Beti Nurbaiti, STP, ME, selaku Dosen Perwakilan Akademik Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
5. Bapak Dwi Susanto, S.P., M.Sc., Ph.D. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan pengarahan serta bimbingan dalam proses penyusunan skripsi.
6. Seluruh dosen-dosen dan pegawai di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya khususnya pada prodi Manajemen.
7. Bapak Kris selaku Kepala Toko Ramayana Pratama Departement Store Bekasi yang telah memberikan izin, memberikan masukan serta dukungan dalam melakukan penelitian skripsi ini.
8. Kak Aderika selaku Staf Cardinal Ramayana Pratama Departement Store Bekasi yang telah membantu menyebarkan kuesioner kepada responden dan memberikan dukungan dalam proses pembuatan skripsi ini.
9. Keluarga tercinta, Mamah, Bapak, saudara-saudara yang selalu mendoakan dan memberikan semangat serta dukungan dalam proses pembuatan skripsi ini.

10. Teman-teman Manajemen angkatan 2018, Amel, Ayu Cahya, Innes, Delina, Raul, Lina, Tya, Sinta, Mia dan lain-lain yang tidak dapat peneliti sebutkan satu-satu terimakasih atas dukungan dan semangatnya.
11. Serta responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner dalam pengumpulan data. Dan pihak-pihak yang terlibat baik langsung atau tidak langsung.

Akhir kata, peneliti mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu atas bantuannya dalam penyusunan proposal skripsi ini. Peneliti sadar dalam proposal skripsi ini banyak kekurangan dan masih perlu banyak belajar. Oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak.

Jakarta, 15 Juli 2022

Yustika Sulistianingtias
(201810325328)



DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Batasan Masalah.....	9
1.6 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1. Pengertian Pemasaran	11
2.2 Kualitas Produk	12
2.2.1. Pengertian Kualitas Produk.....	12
2.2.2. Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk	13
2.2.3. Karakteristik Kualitas Produk.....	13
2.2.4. Indikator Kualitas Produk	13
2.3 Harga	15
2.3.1. Pengertian Harga.....	15
2.3.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga	16

2.3.3.	Tujuan Penetapan Harga	16
2.3.4.	Indikator Harga	18
2.4	Citra Merek.....	18
2.4.1.	Pengertian Citra Merek	18
2.4.2.	Faktor Yang Mempengaruhi Citra Merek.....	19
2.4.3.	Indikator Citra Merek.....	20
2.5	Keputusan Pembelian	20
2.5.1.	Pengertian Keputusan Pembelian.....	20
2.5.2.	Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	21
2.5.3.	Proses Keputusan Pembelian	22
2.5.4.	Indikator Keputusan Pembelian	23
2.6	Penelitian Terdahulu.....	24
2.7	Kerangka Berfikir.....	30
2.8	Hipotesis.....	31
2.8.1.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	31
2.8.2.	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	32
2.8.3.	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	32
2.8.4	Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	33
BAB III.....		34
METODOLOGI PENELITIAN		34
3.1	Desain Penelitian	34
3.2	Tahapan Penelitian	34
3.3	Model Konseptual Penelitian	35
3.4	Operasional Variabel	37
3.5	Tempat dan Waktu Penelitian	38
3.5.1	Tempat Penelitian.....	38
3.5.2	Waktu Penelitian	38
3.6	Populasi dan Sampel	38
3.6.1	Populasi.....	38
3.6.2	Sampel.....	39
3.7	Metode Pengambilan Data	39

3.7.1	Jenis dan Sumber Data	39
3.7.2	Kuesioner	39
3.8	Metode Analisis Data	40
3.9	Uji Instrumen.....	41
3.9.1	Uji Validitas	41
3.9.2	Uji Reliabilitas	41
3.10	Uji Asumsi Klasik	42
3.10.1	Uji Normalitas	42
3.10.2	Uji Multikolinieritas.....	42
3.10.3	Uji Heterokedastisitas	42
3.11	Uji Hipotesis.....	43
3.11.1	Regresi Linier Berganda	43
3.11.2	Uji T (Uji Parsial).....	43
3.11.3	Uji F (Uji Simultan).....	44
3.11.4	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	44
BAB IV		45
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		45
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	45
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	45
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan	46
4.1.3	Struktur Perusahaan	46
4.1.4	Logo Brand dan Logo Perusahaan	47
4.2	Hasil Kuesioner	48
4.2.1	Karakteristik Responden.....	48
4.3	Hasil Penelitian.....	52
4.3.1	Uji Validitas	52
4.3.2	Uji Reliabilitas	55
4.3	Uji Asumsi Klasik	56
4.3.1	Uji Normalitas.....	56
4.3.2	Uji Multikolinearitas	57
4.3.5	Uji Heteroskedastisitas	58
4.4	Uji Hipotesis.....	59

4.4.1 Uji Regresi Linier Berganda	59
4.4.2 Uji T (Uji Parsial)	61
4.4.3 Uji F (Uji Simultan).....	62
4.4.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	62
4.5 Pembahasan	63
BAB V.....	67
PENUTUP.....	67
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Implikasi Manajerial.....	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN.....	73



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3. 1Operasional Variabel	37
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran.....	40
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia	49
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Sampel Konsumen Cardinal.....	51
Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Kunjungan Konsumen Cardinal.....	51
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas.....	53
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas	55
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas Residual	56
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinearitas	58
Tabel 4. 10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	60
Tabel 4. 11 Hasil Uji T.....	61
Tabel 4. 12 Hasil Uji F.....	62
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	63

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1. 1 Hasil Survei Konsumen terhadap Ketertarikan Produk Lokal dan Produk Internasional	4
Gambar 1. 2 Grafik Top Brand Award Celana Jeans Pada Tahun 2020-2022	5
Gambar 1. 3 Pendapatan Penjualan Brand Cardinal di Ramayana Departement Store Bekasi	6
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	31
Gambar 3. 1 Model Konseptual Operasional.....	36
Gambar 4. 1 Logo Brand.....	47
Gambar 4. 2 Logo Perusahaan	47
Gambar 4. 3 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Gambar 4. 4 Diagram Responden Berdasarkan Usia.....	49
Gambar 4. 5 Diagram Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
Gambar 4. 6 Diagram Responden Karakteristik Berdasarkan Sampel Konsumen Cardinal di Ramayana Departement Store Bekasi	51
Gambar 4. 7 Diagram Responden Berkunjung dan Melakukan Pembelian di Ramayana Departement Store Bekasi.....	52
Gambar 4. 8 P-P Plot Of Regression Standardized Residual.....	57
Gambar 4. 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Uji Referensi Skripsi
Lampiran 2	Uji Plagiat
Lampiran 3	Buku Bimbingan
Lampiran 4	Kuesioner Penelitian Google Form
Lampiran 5	Tabulasi Hasil Kuesioner
Lampiran 6	Hasil Output Uji Instrument
Lampiran 7	Hasil Output Uji Asumsi Klasik
Lampiran 8	Hasil Output Uji Hipotesis
Lampiran 9	Daftar Riwayat Hidup

