

SKRIPSI

“PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ELUD BAKERY DI PERUMAHAN WISMA ASRI”



Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana (S1)

Disusun oleh:

Tyara Annissa Rachmalia

201410325079

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

BEKASI

2018



LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk
Terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada
produk elud bakery di perumahan wisma asri

Nama Mahasiswa : Tyara Annissa Rachmalia

Nomor Pokok Mahasiswa : 201410325079

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 11 Juli 2018

Bekasi, 24 Juli 2018

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II


Andrian, S.E., M.M.
NIP 031606051


Agus Dharmanto, S.E., MM.
NIP 031505038

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk
Terhadap Keputusan pembelian konsumen pada
produk Elud Bakery di Perumahan Wisma Asri.
Nama Mahasiswa : Tyara Annissa Rachmalia
Nomor Pokok Mahasiswa : 201410325079
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 11 Juli 2018

Bekasi, 24 Juli 2018

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : M. Fadhli Nursal, S.E., MM
NIP 1602212

Penguji I : Andrian, S.E., MM
NIP 031606051

Penguji II : Don Haidy Abel, S.T., MBA&E
NIP 031611058

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Manajemen

M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.
NIP 1602212

Dekan

Fakultas Ekonomi

Dr. Rorim Panday, M.M., M.T.
NIP 1508228

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul **Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada produk Elud Bakery di perumahan wisma asri** ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumber nya 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.

Bekasi, Agustus 2018

Yang membuat pernyataan,



Tyara Annissa Rachmalia

201410325079

ABSTRAK

Tyara Annissa Rachmalia. 201410325079. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada produk Elud Bakery di perumahan wisma asri. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada produk Elud Bakery di perumahan wisma asri. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Data yang di olah adalah data primer dengan sampel 80 orang responden yang menggunakan rumus Slovin. Dengan menggunakan kuesioner dan skala likert, jawaban responden di olah dengan program *SPSS (Statistical Product and Service Solution)*, dengan uji koefisien determinasi, analisis regresi berganda, uji t dan Uji f. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek dan kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan secara individual (parsial) terhadap keputusan pembelian produk Elud Bakery pada perumahan wisma asri. Hasil regresi secara bersama – sama (simultan) menunjukkan bahwa citra merek dan kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Elud Bakery di perumahan wisma asri. Sehingga model regresi dapat digunakan untuk memprediksi pangaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian



ABSTRACT

Tyara Annissa Rachmalia. 201410325079. *Effect of Brand Image and Product Quality on Consumer Purchasing Decisions on Elud Bakery products in beautiful homestead housing. This study aims to examine the effect of Brand Image and Product Quality on consumer purchasing decisions on Elud Bakery products in beautiful homestead housing. This study uses quantitative methods. The data that is processed is primary data with a sample of 80 respondents using the Slovin formula. By using a questionnaire and likert scale, the respondents' answers were processed with the SPSS program (Statistical Product and Service Solution), with a coefficient of determination, multiple regression analysis, t test and f test. Based on the results of this study indicate that the brand image and product quality have a significant influence on an individual (partial) to the purchase decision of Elud Bakery products in the beautiful homestead housing. Regression results together (simultaneously) show that brand image and product quality have a significant influence on consumer purchasing decisions on Elud Bakery products in the beautiful homestead housing. So that the regression model can be used to predict the influence of brand image and product quality on purchasing decisions.*

Keywords: Brand Image, Product Quality, Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan Alhamdulillahirobbil'alamiin sebagai ucapan puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat, rahmat serta hidayah-Nya atas terselesaikannya penyusunan skripsi yang diajukan untuk menyusun skripsi sebagai salah satu persyaratan dalam menyelesaikan program pendidikan strata satu di Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Pada kesempatan tersebut penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu, dengan penuh hormat ucapan rasa terimakasih penulis ucapkan kepada :

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Drs. Bambang Karsono S.H., M.M. Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
2. Bapak Dr. Rorim Panday, M.M., MT. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Andrian, SE., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen dan selaku dosen pembimbing I.
4. Bapak Agus Dharmanto, S.E., M.M, selaku dosen pembimbing II.
5. Bapak Rachman Husaini dan Ibu Yanuarsih selaku Orang Tua. Yang telah memberikan dukungan, perhatian, serta doa yang terus dipanjatkan kepada Allah SWT.
6. Team Semok (Khoirum, Tantri, Mardotillah) atas dukungan dan kerjasamanya.
7. Serta teman-teman angkatan 2014 kelas 8B1 Manajemen atas kebersamaan dan semangatnya.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi, oleh karena itu penulis berharap bimbingan dan arahan dari berbagai pihak untuk penyempurnaan penyusunan skripsi agar lebih baik. Penulis

berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri maupun pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Bekasi, Juni 2018

Tyara Annissa Rachmalia

201410325079





DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Manfaat Penelitian	4
1.5. Batasan Masalah	4
 BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Landasan Teori	5
2.2 Pengertian Pemasaran	5
2.2.1 Konsep Pemasaran	6
2.3 Pengertian Keputusan Pembelian	7
2.3.1 Tahap–Tahap Proses Pembelian	8
2.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	10
2.3.3 Indikator-Indikator Keputusan Pembelian.....	11
2.4 Pengertian Citra Merek.....	12

2.4.1	Indikator Merek.....	14
2.5	Pengertian Kualitas Produk	14
2.5.1	Dimensi Kualitas Produk.....	15
2.5.2	Indikator Kualitas Produk.....	16
2.6	Penelitian Terdahulu	17
2.6.1	Penelitian yang Relevan	17
2.7	Kerangka Pemikiran Teoritis	18

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Desain Penelitian	20
3.2	Tahapan Penelitian.....	20
3.3	Teknik Pengumpulan Data	21
3.4	Operasioanl Variabel	22
3.5	Instrumen Penelitian	22
3.6	Waktu dan Tempat Penelitian.....	23
3.7	Metode Pengambilan Sample	24
3.7.1	Populasi.....	24
3.7.2	Sample.....	24
3.8	Metode Analisa.....	26
3.8.1	Uji instrument Penelitian	26
a)	Uji Validitas	26
b)	Uji Reliabilitas	27
3.8.2	Uji Asumsi Klasik.....	27
a)	Multikolinieritas.....	27
b)	Heteroskedastisitas.....	27
c)	Uji Normalitas.....	28
3.8.3	Analisis Regresi Berganda	28
a)	Uji t (uji parsial).....	29
b)	Uji f (uji simultan).....	29
c)	Uji R ² (Koefisien Determinasi).....	30

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum CV Elud Bakery	28
4.2	Analisis Nilai Responden	28
4.2.1	Jenis Kelamin.....	28
4.2.2	Usia	30
4.2.3	Status Pekerjaan	31
4.2.4	Berdasarkan pernyataan citra merek.....	32
4.2.5	Berdasarkan pernyataan Kualitas Produk.....	33
4.2.6	Berdasarkan pernyataan Terhadap Variabel Y.....	34
4.3	Hasil Analisis Data	35
4.3.1	Uji Validitas	35
4.3.2	Uji Reliabilitas	37
4.3.3	Uji Asumsi Klasik.....	38
4.3.3.1	Uji Normalitas.....	38
4.3.3.2	Multikolinieritas	39
4.3.3.3	Heteroskedastisitas.....	40
4.3.4	Uji Regresi Linear Berganda	41
4.3.5	Koefisien Determinasi.....	43
4.3.6	Uji F Simultan.....	44
4.3.7	Uji Parsial (Uji – t).....	45
4.4	Pembahasan	

BAB V PENUTUP

5.1	Kesimpulan	53
5.2	Impilikasi Manajerial.....	53

DAFTAR PUSTAKA	54
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Yang Relevan	17
Tabel 3.1	Indikator Penelitian.....	23
Tabel 3.2	Kategori Skla Likert.....	26
Tabel 4.1	Responden Jenis Kelamin	29
Tabel 4.2	Responden Usia.....	30
Tabel 4.3	Status Pekerjaan	31
Tabel 4.4	Data Responden Citra Merek.....	32
Tabel 4.5	Data Responden Kualitas Produk	33
Tabel 4.6	Data Responden Keputusan Pembelian	34
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas citra Mrek.....	35
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Kualitas Porduk.....	36
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	37
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas.....	38
Tabel 4.11	Hasil Uji Normalitas	39
Tabel 4.12	Hasil Uji Multikolinieritas	40
Tabel 4.13	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	42
Tabel 4.14	Hasil Uji Koefisien Dterminasi.....	43
Tabel 4.17	Hasil Uji F (Simultan).....	44
Tabel 4.18	Hasil Uji t	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Tahap-tahap Proses Pembelian.....	8
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran.....	18
Gambar 3.1	Tahapan Penelitian.....	21
Gambar 4.1	Diagram Jenis Kelamin	29
Gambar 4.2	DiagramUsia.....	30
Gambar 4.3	Diagram Status Pekerjaan	31
Gambar 4.4	Hasil Uji Heterokedastisitas	41

