

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PIPA UNILON DI JAKARTA UTARA**

SKRIPSI

Oleh:
Yayan Aeniah
201510325084



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2019**

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PIPA
UNILON DI JAKARTA UTARA**

SKRIPSI

Oleh:
Yayan Aeniah
201510325084



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2019**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek UNILON dan Kualitas
Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pipa di PT.
Harapan Widyatama Pertiwi

Nama Mahasiswa : Yayan Aeniah

Nomor Pokok Mahasiswa : 201510325084

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 20 Juli 2019

Bekasi, 27 Juli 2019

MENYETUJUI,



Dr. Soehardi, MBA, Ph.D

NIDN : 0311096604

JAKARTA RAYA

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk
Terhadap Keputusan Pembelian Pipa UNILON
di Jakarta Utara

Nama Mahasiswa : Yayan Aeniah

Nomor Pokok Mahasiswa : 201510325084

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 20 Juli 2019

Jakarta, 27 Juli 2019

MENGESAHKAN,

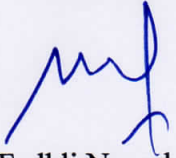
Ketua Tim Penguji : Drs. Soehardi. MBA., Ph.D
NIDN : 0311096604

Penguji I : M. Fadhli Nursal. S.E., M.M
NIDN : 0325057908

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

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen


M. Fadhli Nursal, S.E., M.M
NIDN : 0325057908

Dekan
Fakultas Ekonomi


Dr. Sugeng Suroso, SE., M.M
NIDN : 0316066201

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pipa UNILON di Jakarta Utara ini adalah 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 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, 01 Juli 2019

Yang membuat pernyataan,



Yayan Aeniah
201510325084

ABSTRAK

Yayan Aeniah, 201510325084. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pipa UNILON di Jakrta Utara.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap pembelian pipa merek UNILON di Jakarta Utara. Dimensi yang digunakan berasal dari aspek- aspek yang ada dalam citra merek, kualitas produk dan keputusan pembelian. Jenis penelitian ini adalah Penelitian Kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan penyebaran kuesioner kepada konsumen yang membeli pipa UNILON di toko bangunan di Jakarta Utara yang telah berlangganan selama beberapa tahun terakhir. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial dan secara simultan. Yang mana artinya citra merek dan kualitas produk saling mempengaruhi keputusan pembelian pipa UNILON di Jakarta Utara.

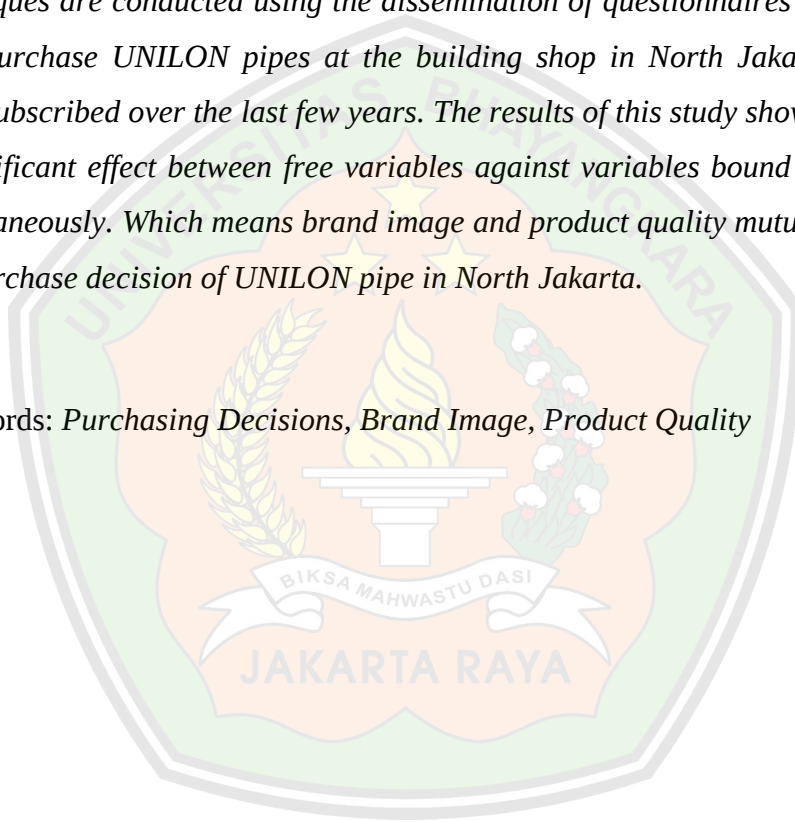
Kata Kunci: *Keputusan Pembelian, Citra Merek, Kualitas Produk*

ABSTRACT

Yayan Aeniah, 201510325084. *Influence of brand image and product quality to purchase decision of UNILON pipe in North Jakrta.*

This research aims to determine the effect of brand image and product quality on the purchase of the UNILON brand pipe in North Jakarta. The dimensions used are derived from the aspects that exist in the brand image, product quality and purchase decision. This type of research is quantitative research. Data collection techniques are conducted using the dissemination of questionnaires to consumers who purchase UNILON pipes at the building shop in North Jakarta that have been subscribed over the last few years. The results of this study show that there is a significant effect between free variables against variables bound partially and simultaneously. Which means brand image and product quality mutually influence the purchase decision of UNILON pipe in North Jakarta.

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



KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan Rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Penulisan Tugas Skripsi dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat akademik untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Peneliti menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak Skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan segera. Oleh karena itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Irjen. Pol. (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M., selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Sugeng Suroso, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. M. Fadhli Nursal, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Drs. Soehardi, MBA., Ph.D., selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing dan mengajarkan penelitian ini dalam penyusunan skripsi.
5. Ir. Adlin Nazli Lubis, M.M., selaku Dosen Pembimbing Akademik 8B2 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
6. Kepada Orangtua saya yang selalu mendukung saya dalam penulisan skripsi ini.

Bekasi, 01 Agustus 2019

Penulis

Yayan Aeniah

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Rumusan Masalah	6
1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.5.1 Tujuan penelitian.....	6
1.5.2 Manfaat penelitian.....	6
1.6 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Citra Merek	9
2.1.1 Pengertian citra merek.....	9
2.1.2 Faktor-faktor citra merek.....	10
2.1.3 Indikator citra merek	11
2.1.4 Tolak ukur citra merek	11

2.2 Kualitas Produk	12
2.2.1 Pengertian kualitas produk	12
2.2.2 Atribut produk	13
2.2.3 Indikator kualitas produk.....	14
2.3 Keputusan Pembelian	15
2.3.1 Pengertian keputusan pembelian	15
2.3.2 Faktor-faktor keputusan pembelian.....	16
2.3.3 Tahapan proses pengambilan keputusan	19
2.3.4 Indikator keputusan pembelian.....	20
2.4 Hubungan Antara Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	21
2.5 Penelitian Terdahulu.....	22
2.6 Kerangka Berfikir	23
2.7 Hipotesis	24
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN.....	26
3.1 Desain dan Metode Penelitian.....	26
3.1.1 Desain penelitian.....	26
3.1.2 Metode penelitian.....	26
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	27
3.2.1 Lokasi penelitian	27
3.2.2 Waktu penelitian.....	27
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	28
3.3.1 Populasi penelitian	28
3.3.2 Sampel penelitian	28
3.3.3 Teknik Sampling	28

3.4 Sumber Data Yang Digunakan.....	28
3.5 Teknik Pengumpulan Data	29
3.6 Model Instrumen Penelitian	29
3.7 Skala Pengukuran	31
3.8 Analisis Data	32
3.8.1 Uji validitas	32
3.8.2 Uji reliabilitas.....	32
3.9 Uji Asumsi Klasik	33
3.9.1 Uji normalitas	33
3.9.2 Uji multikolineritas.....	33
3.9.3 Uji heteroskedastisitas	33
3.9.4 Uji autokorelasi	34
3.10 Regresi Linier Berganda.....	34
3.11 Uji Hipotesis.....	35
3.11.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	35
3.11.2 Uji t.....	35
3.11.2 Uji f.....	35
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Profil Perusahaan.....	37
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	37
4.1.2 Visi dan misi.....	38
4.1.3 Lokasi perusahaan	38
4.1.4 Jenis produk PT Harapan Widyatama Pertiwi	38
4.2 Deskripsi Karakteristik Data	41
4.2.1 Penyebaran kuisioner	42

4.2.2 Identitas responden.....	42
4.3 Uji Analisis Data	45
4.3.1 Uji validitas	45
4.3.2 Uji reabilitas	47
4.4 Uji Asumsi Klasik	48
4.4.1 Uji normalitas	48
4.4.2 Uji multikolineritas.....	50
4.4.3 Uji autokorelasi	51
4.4.4 Uji heteroskedastisitas.....	52
4.5 Analisis Regresi Berganda	53
4.6 Uji Hipotesis.....	54
4.6.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	54
4.6.2 Uji t.....	55
4.6.3 Uji f	57
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	58
BAB V. PENUTUPAN	60
5.1 Kesimpulan.....	60
5.2 Implikasi Manajerial	60
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

1. Tabel 1.1 Dimensi Pipa PVC	2
2. Tabel 1.2 Dimensi Fitting.....	4
3. Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	22
4. Tabel 3.1. Waktu Penelitian	27
5. Tabel 3.2. Operasional Variabel.....	30
6. Tabel 4.1. Proses Penyebaran dan Penerimaan Kuisisioner	42
7. Tabel 4.2. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
8. Tabel 4.3. Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
9. Tabel 4.4. Hasil Uji Validitas Citra Merek (X1)	45
10. Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X2).....	46
11. Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	46
12. Tabel 4.7. Hasil Uji Reabilitas Citra Merek (X1)	47
13. Tabel 4.8. Hasil Uji Reabilitas Kualitas Produk (X2)	47
14. Tabel 4.9. Hasil Uji Reabilitas Keputusan Pembelian (Y)	48
15. Tabel 4.10. Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov	49
16. Tabel 4.11. Hasil Uji Analisis Multikolinearitas.....	50
17. Tabel 4.12. Hasil Uji Autokorelasi.....	51
18. Tabel 4.13. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	54
19. Tabel 4.14. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	55
20. Tabel 4.15. Hasil Uji T	56
21. Tabel 4.16. Hasil Uji F	57

DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 2.1. Kerangka Pikiran	24
2. Gambar 4.1. Kantor Pusat PT. Harapan Widyatama Pertiwi	37
3. Gambar 4.2. Pipa HDPE 80.....	39
4. Gambar 4.3. Pipa HDPE 100.....	39
5. Gambar 4.4. Pipa TELKOM	39
6. Gambar 4.5. Pipa PPR.....	39
7. Gambar 4.6. Pipa PVC JIS	40
8. Gambar 4.7. Pipa CONDUIIT	40
9. Gambar 4.8. Pipa PVC SNI.....	40
10. Gambar 4.9. Assesoris (Fitting).....	41
11. Gambar 4.10. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
12. Gambar 4.11. Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	44
13. Gambar 4.12. Hasil Analisis Heteroskedastisitas.....	53

LAMPIRAN

1. Kuesioner Penelitian
2. Tabulasi Citra Merek (X1)
3. Tabulasi Kualitas Produk (X2)
4. Tabulasi Keputusan Pembelian (Y)
5. Hasil Uji Uji Validasi Citra Merek (X1)
6. Hasil Uji Uji Validasi Kualitas Produk (X2)
7. Hasil Uji Uji Validasi Keputusan Pembelian (Y)
8. Hasil Uji Residual dan Gambar Plots
9. Tabel R
10. Tabel T
11. Tabel DW (Durbin Watson)

