PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. MULIATAMA BATAM

SKRIPSI

Oleh:
Kelvin
170910197

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2021

PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. MULIATAMA BATAM

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat
guna memperoleh gelar Sarjana

Oleh:
Kelvin
170910197

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2021

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama	:	Kelvin
NPM	:	170910197
Fakultas	:	Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi	:	Manajemen

Menyatakan bahwa "**Skripsi**" yang saya buat dengan judul:

"PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. MULIATAMA BATAM"

Adalah hasil karya sendiridan bukan "duplikasi" dari karya orang lain. Sepengetahuan saya didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 26 Juli 2021

Kelvin
170910197

PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. MULIATAMA BATAM

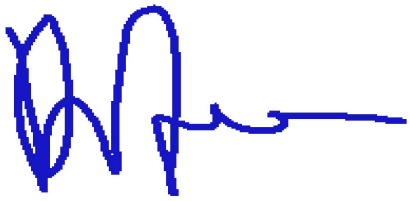
SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat
guna memperoleh gelar Sarjana

Oleh :
Kelvin
170910197

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini

Batam, 26 juli 2021



Daris Purba, S.E.I, M.S.I.
Pembimbing

UPB
Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Munculnya produk-produk berkualitas dari perusahaan menjadi kunci untuk memenangkan persaingan. Sebuah produk membutuhkan citra merek untuk menyampaikan kepada warga, bahwa untuk target pasarnya yang sesuai dengan target, tentang manfaat yang dimilikinya. Citra merek bagi perusahaan berarti bagaimana persepsi atau pandangan masyarakat tentang cara menilai perusahaan. Sebuah perusahaan hanya dapat bertahan jika motivasi pelanggannya untuk memutuskan membeli suatu produk dari pasar mendapat respon positif dari pasar itu sendiri. Oleh karena itu, penentuan tingkat pembelian diterapkan oleh konsumen menjadi faktor penting dalam mempertahankan perusahaan. Tujuan dari ini. Penelitian ini untuk menguji bagaimana pengaruh Citra Merek secara parsial, pengaruh Kualitas Produk Secara Parsial dan Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Secara Bersamaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Muliatam Batam. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan penyebaran kuesioner yang kemudian diolah menggunakan SPSS 25. Hasil penelitian ini adalah variabel Citra Merek dan Kualitas Produk secara parsial dan secara bersamaan atau bersama-sama menghasilkan nilai atau pengaruh yang positif terhadap Keputusan Pembelian pada PT Muliatama Mulia Batam. Variabel Citra Merek secara parsial berpengaruh pada Keputusan Pembelian di PT Muliatama Batam. Angka thitung yakni 5,394, sedangkan dalam ttabel yakni 2,436317, yang artinya thitung > ttabel. Kualitas Produk secara parsial berpengaruh pada Keputusan Pembelian di PT Muliatama Batam. Nilai thitung sebesar 7,039, sedangkan dalam ttabel sebesar 2,436317, yang artinya thitung > ttabel. Citra Merek serta Kualitas Produk secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di PT Muliatama Batam. Nilai Fhitung 178,301 > Ftabel 2,668793253 serta angka signifikansi 0,000 < 0,05

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

ABSTRACT

The emergence of quality products from the company is the key to winning the competition. A product requires brand image to convey to citizens, that for its target market in accordance with the target, about the benefits it has. Brand image for the company means how the public's perception or view on how to judge company. A company can only survive if the motivation of its customers to decide to buy a product from the market received a positive response from the market itself. Therefore, determining the purchase rate applied by consumers is an important factor in maintaining the company. The purpose of this This study is to examine how the influence of Brand Image partially, the effect of Partial Product Quality and The Effect of Brand Image and Product Quality Simultaneously on Purchase Decisions at PT Muliatama Batam. This research was conducted using questionnaires which were then processed using SPSS 25. The results of this study are the Brand Image and Product Quality variables partially and simultaneously or jointly produce a positive value or influence on the Purchase Decision at PT Muliatama Mulia Batam. The Brand Image variable partially influences the Purchase Decision at PT Muliatama Batam. The tcount is 5.394, while in ttable it is 2.436317, which means tcount > ttable. Product quality partially affects the Purchase Decision at PT Muliatama Batam. The value of tcount is 7.039, while in ttable it is 2.436317, which means tcount > ttable. Brand Image and Product Quality simultaneously affect the Purchase Decision at PT Muliatama Batam. Fcount 178.301 > Ftable 2.668793253 and a significance value of 0.000 < 0.05

Keywords: *Brand Image; Purchase Decision; Product Qualit.y*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kasih dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir dengan judul "Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Muliatama Batam" yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna. Oleh karena itu, penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran. Segala bentuk dukungan, doa dan bimbingan dari banyak pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Dr.Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
4. Bapak Daris Purba, S.E.I, M.S.I. selaku dosen pembimbing skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
5. Seluruh dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
6. Kedua orang tua dan adik-adik yang senantiasa mendukung dan mendoakan;
7. Manajemen PT. Muliatama Batam yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk dapat melangsungkan penelitian;

Demikian kiranya skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti yang selanjutnya dan juga bagi pihak yang membutuhkan di masa yang akan datang. Semoga Tuhan membalas kebaikan dan melimpahkan berkat dan rahmat-Nya kepada semua pihak yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.

Batam, 26 Juli 2021
Penulis,

Kelvin
170910197

UPB
Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL ..... **i**
HALAMAN JUDUL ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS iii
HALAMAN PENGESAHAN iv
ABSTRAK v
ABSTRACT vi
KATA PENGANTAR vii
DAFTAR ISI viii
DAFTAR GAMBAR xi
DAFTAR TABEL xii
DAFTAR RUMUS xiii
BAB I 1
PENDAHULUAN 1
1.1.Latar Belakang 1
1.2 Identifikasi Masalah 3
1.3.Batasan Masalah 4
1.4 Rumusan Masalah 4
1.5. Tujuan Penelitian 4
1.6 Manfaat Penelitian 5
1.6.1 Aspek Teoritis 5
1.6.2 Aspek Praktis 5
BAB II 6
TINJAUAN PUSTAKA 6
2.1 Kajian Teori 6
2.1.1 Keputusan Pembelian 6
2.1.1.1 Definisi Keputusan Pembelian 6
2.1.1.2 Faktor-faktor Keputusan Pembelian 7
2.1.1.3 Manfaat Keputusan Pembelian 8
2.1.1.14 Indikator Keputusan Pembelian 9
2.1.2 Citra Merek 10
2.1.2.1 Definisi Citra Merek 10
2.1.2.2 Faktor Citra Merek 10
2.1.2.3 Indikator Citra Merek 11
2.1.3 Kualitas Produk 12
2.1.3.1 Definisi Kualitas Produk 12
2.1.3.2 Faktor Kualitas Produk 12
2.1.3.3 Indikator Kualitas Produk 13
2.1 Penelitian Terdahulu 13
2.2 Kerangka Berpikir 16
2.2.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian 16
2.2.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian 16

2.3 Uji Hipotesis 17
BAB III 18
METODE PENELITIAN 18
3.1 Jenis Penelitian 18
3.2 Sifat Penelitian 18
3.3 Lokasi serta Jadwal Studi 18
3.3.1 Lokasi Studi 18
3.3.2 Periode Penelitian 19
3.4 Populasi dan Sampel 20
3.4.1 Populasi 20
3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel 20
3.4.3 Teknik *Sampling* 20
3.5 Sumber Data 20
3.6 Metode Pengumpulan Data 21
3.7 Definisi Operasional Variabel Studi 22
3.8 Metode Analisis Data 24
3.8.1 Analisis deskriptif 24
3.8.2 Uji Kualitas Data 24
3.8.2.1 Uji Validitas 24
3.8.2.2 Uji Realibilitas 25
3.8.3 Uji Asumsi Klasik 26
3.8.3.1 Uji Normalitas 26
3.8.3.2 Uji Multikolinearitas 26
3.8.3.3 Uji Heteroskedastistas 26
3.8.4 Uji Pengaruh 27
3.8.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda 27
3.8.4.2 Koefisien Determinasi (R^2) 27
3.8.4.3 Uji T 28
3.8.4.4 Uji F 28
BAB IV 29
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 29
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 29
4.1.1 Logo Perusahaan 29
4.1.2 Visi & Misi Perusahaan 29
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden 30
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasar Jenis Kelamin 30
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasar Usia 31
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasar Pekerjaan 31
4.3 Deskripsi Jawaban Responden 32
4.3.1 Variabel X1 32
4.3.2 Variabel X2 33
4.3.3 Variabel Y 34
4.4 Analisis Data 36
4.4.1 Hasil Uji Kualitas Data 36
4.4.1.1 Hasil Uji Validitas 36

4.4.1.2 Hasil Uji Reliabilitas 37
4.4.2 Hasil Uji Asumsi Klasik 37
4.4.2.1 Uji Normalitas 37
4.4.2.2 Uji Multikolinearitas 40
4.4.2.3 Uji Heteroskedastisitas 40
4.4.3 Hasil Uji Pengaruh 41
4.4.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda 41
4.4.3.2 Koefisien Determinasi 43
4.5 Pengujian Hipotesis 43
4.5.1 Uji t 43
4.5.2 Uji F 45
4.6 Pembahasan 47
4.6.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian di PT Muliatama Batam 47
4.6.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di PT Muliatama Batam 47
4.6.3 Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di PT Muliatama Batam 48
4.7 Implikasi Hasil Penelitian 49
BAB V SIMPULAN DAN SARAN 50
5.1 Simpulan 50
5.2 Saran 51
DAFTAR PUSTAKA 52
LAMPIRAN 55
Lampiran 1. Pendukung Penelitian
Lampiran 2. Surat Keterangan Penelitian
Lampiran 3. Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir 16
Gambar 4. 1 Histogram 38
Gambar 4. 2 P-PPlot Regresion 38

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1. 1 Posisi Merek Philips berdasarkan Top Brand Award 2
Tabel 1. 2 Jumlah lampu yang putus dari tahun 2018-2020..... 3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu..... 14
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian..... 19
Tabel 3. 2 Skala Likert 21
Tabel 3. 3 Operasional Variabel..... 23
Tabel 4. 1 Responden Berdasar Jenis Kelamin 30
Tabel 4. 2 Responden Berdasar Usia..... 31
Tabel 4. 3 Responden Berdasar Pekerjaan 32
Tabel 4. 4 Jawaban Responden Variabel Citra Merek 33
Tabel 4. 5 Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk..... 34
Tabel 4. 6 Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian..... 35
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas..... 36
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas 37
Tabel 4. 9 Kolmogrov-Smirnov 39
Tabel 4. 10 Uji Multikolinearitas 40
Tabel 4. 11 Uji Heteroskedastisitas..... 41
Tabel 4. 12 Analisis Regresi Linear Berganda..... 42
Tabel 4. 13 Hasil Uji R Square..... 43
Tabel 4. 14 Hasil Uji t 44
Tabel 4. 15 Hasil Uji F 46

DAFTAR RUMUS

Halaman

Rumus 3. 1 Uji Validitas 25
Rumus 3. 2 Uji Analisis Linier Berganda 27
Rumus 3. 3 Uji R 27
Rumus 3. 4 Uji t 28
Rumus 3. 5 F hitung 28