

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *BRAND  
IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
MINUMAN CAP KAKI TIGA DI PT ANUGERAH  
PERKASA SEJAHTERA**

**SKRIPSI**



**Oleh :  
Nursyamsiah Parinduri  
170910370**

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *BRAND  
IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
MINUMAN CAP KAKI TIGA DI PT ANUGERAH  
PERKASA SEJAHTERA**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh :  
Nursyamsiah Parinduri  
170910370**

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

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Nursyamsiah Parinduri  
NPM : 170910370  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat dengan judul:

**Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Cap Kaki Tiga di PT Anugerah Perkasa Sejahtera**

Adalah hasil karya sendiri dan 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 akademik 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, 23 Juli 2021



Nursyamsiah Parinduri  
170910370

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *BRAND  
IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
MINUMAN CAP KAKI TIGA DI PT ANUGERAH  
PERKASA SEJAHTERA**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh :  
Nursyamsiah Parinduri  
170910370**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal  
seperti tertera di bawah ini**

**Batam, 24 Juli 2021**



**Dr. Jontro Simanjuntak, S.Pt.,S.E.,M.M.**

**Pembimbing**



## ABSTRAK

Perusahaan melakukan persaingan untuk meningkatkan dan mempertahankan konsumen karena pada saat ini konsumen semakin teliti dalam memilih produk guna mendapatkan yang terbaik untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk tentunya akan mendatangkan keuntungan tersendiri bagi perusahaan penyedia produk tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan *Brand Image* terhadap keputusan pembelian minuman Cap Kaki Tiga di PT Anugerah Perkasa Sejahtera. Penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian ini dengan populasi sebanyak 106 orang. Instrument yang digunakan untuk pengumpulan data adalah kuesioner. Teknik pengambilan sampel yang diambil adalah sampel jenuh yang berarti semua populasi dijadikan sampel. Data diolah menggunakan SPSS versi 26 dengan hasil penelitian diketahui Kualitas Produk memiliki nilai  $t$  hitung  $> t$  tabel yaitu  $7,979 > 1,98326$  dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$  yang berarti bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian minuman Cap Kaki Tiga di PT Anugerah Perkasa Sejahtera,  $t$  hitung *Brand Image* diketahui  $> t$  tabel yaitu  $5,471 > 1,98326$  dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$  yang berarti bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian minuman Cap Kaki Tiga di PT Anugerah Perkasa Sejahtera. Serta Kualitas Produk dan *Brand Image* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian minuman Cap Kaki Tiga di PT Anugerah Perkasa Sejahtera. Terbukti dengan hasil uji F (simultan) yang bernilai (F hitung)  $161,526 > 3,08$  (F tabel) dengan nilai signifikan pada  $0,000 < 0,05$ . Serta nilai R Square nya 0,758.

**Kata Kunci** : Kualitas Produk; *Brand Image*; Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

*Companies compete to increase and retain consumers because at this time consumers are increasingly careful in choosing products in order to get the best to meet their needs and desires. Influencing consumer purchasing decisions for a product will certainly bring its own advantages for the company providing the product. This study aims to analyze the effect of product quality and Brand Image on the decision to purchase Cap Kaki Tiga drinks at PT Anugerah Perkasa Sejahtera. Quantitative research is this type of research with a population of 106 people. The instrument used for data collection is a questionnaire. The sampling technique taken is a saturated sample, which means that all populations are sampled. The data was processed using SPSS version 26 with the results of the study known that Product Quality has a  $t$  count  $>$   $t$  table that is  $7.979 > 1.98326$  with a significance of  $0.000 < 0.05$  which means that product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions for Cap Kaki Tiga drinks at PT. Anugerah Perkasa Sejahtera,  $t$  count Brand Image is known  $>$   $t$  table is  $5.471 > 1.98326$  with a significance of  $0.000 < 0.05$  which means that product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions for Cap Kaki Tiga drinks at PT Anugerah Perkasa Sejahtera. And Product Quality and Brand Image together have a positive and significant effect on the decision to purchase Cap Kaki Tiga drinks at PT Anugerah Perkasa Sejahtera. It is proven by the results of the  $F$  (simultaneous) test with a value of ( $F$  count)  $161.526 > 3.08$  ( $F$  table) with a significant value at  $0.000 < 0.05$ . And the  $R$  Square value is  $0.758$ .*

**Keywords:** *Product quality; Brand Image; Buying decision*

## KATA PENGANTAR

Segala Puji Syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang Maha Pengasih dan Lagi Maha Penyayang yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada program studi Manajemen di Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Karena itu, penulis bersedia menerima segala kritik dan saran. Dengan segala keterbatasan, penulis juga menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan, pendapat dan dorongan semangat dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terimakasih 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 Dr. Jontro Simanjuntak, S.Pt., S.E., M.M. selaku Pembimbing Skripsi penulis pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan bekal ilmu selama masa perkuliahan.
6. Orang tua penulis, saudara kandung penulis dan seluruh keluarga besar yang telah memberikan motivasi, perhatian, nasehat serta doa kepada penulis.
7. Sahabat- sahabat penulis yang telah berjuang bersama-sama dalam penyelesaian skripsi.
8. Serta seluruh pihak yang telah mendukung dalam penelitian ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih atas semuanya, atas segala doa dan dukungannya, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan berkat dan kasih-Nya kepada kita semua. Amin.

Batam, 24 Juli 2021



Nursyamsiah Parinduri





## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR RUMUS</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1.Latar Belakang .....	1
1.2.Identifikasi Masalah .....	7
1.3.Batasan Masalah.....	8
1.4.Rumusan Masalah .....	8
1.5.Tujuan Penelitian .....	8
1.6. Manfaat Penelitian .....	9
1.6.1. Manfaat Teoritis .....	9
1.6.2. Manfaat Praktis .....	9
<b>BAB II</b> .....	<b>10</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
2.1. KajianTeori .....	10
2.1.1. Kualitas Produk (X1) .....	10
2.1.1.1. Definisi Kualitas Produk .....	10
2.1.1.2. Dimensi Kualitas Produk .....	11

2.1.1.3. Konsep Kualitas Produk.....	11
2.1.1.4. Indikator Kualitas Produk .....	12
2.1.2 <i>Brand Image</i> (X2) .....	13
2.1.2.1. Definisi <i>Brand Image</i> .....	13
2.1.2.2. Manfaat <i>Brand Image</i> .....	14
2.1.2.3. Tingkatan <i>Brand Image</i> .....	15
2.1.2.4. Indikator <i>Brand Image</i> .....	15
2.1.3. Keputusan Pembelian (Y) .....	16
2.1.3.1. Definisi Keputusan Pembelian.....	16
2.1.3.2 Proses Keputusan Pembelian .....	17
2.1.3.3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	18
2.1.3.4. Indikator Keputusan Pembelian .....	19
2.2. Penelitian Sebelumnya .....	19
2.3. Kerangka Pemikiran.....	22
2.3.1. Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	22
2.3.2. Hubungan <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	22
2.3.3 Hubungan Kualitas Produk dan <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	23
2.4. Hipotesis Penelitian.....	24
<b>BAB III.....</b>	<b>25</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>25</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	25
3.2. Sifat Penelitian .....	25
3.3. Lokasi dan Periode Penelitian .....	25
3.3.1. Lokasi Penelitian.....	25
3.3.2. Periode Penelitian.....	26
3.4. Populasi dan Sampel .....	26
3.4.1. Populasi .....	26
3.4.2. Teknik Penetapan Besar Sampel .....	26
3.4.3. Teknik Sampling .....	27
3.5. Sumber Data.....	27

3.6. Metode Pengumpulan Data .....	27
3.7. Pengertian Operasional Variabel.....	28
3.7.1. Variabel Dependen.....	28
3.7.2. Variabel Independen .....	29
3.8. Metode Analisis Data.....	30
3.8.1. Analisis Deskriptif .....	31
3.8.2. Uji Kualitas Data.....	32
3.8.2.1. Uji Validitas .....	32
3.8.2.2. Uji Reliabilitas .....	33
3.8.3. Uji Asumsi Klasik.....	34
3.8.3.1. Uji Normalitas.....	34
3.8.3.2 Uji Multikolinearitas .....	34
3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	35
3.8.4. Uji Pengaruh .....	35
3.8.4.1. Uji Regresi Linear Berganda.....	35
3.8.4.2. Uji Determinan ( $R^2$ ).....	36
3.9. Uji Hipotesis .....	36
3.9.1. Uji T (Parsial).....	36
3.9.2. Uji F (Simultan) .....	37
<b>BAB IV .....</b>	<b>40</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>40</b>
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	40
4.2. Deskripsi Karakteristik Responden.....	40
4.2.1. Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan <i>Gender</i> .....	40
4.2.2 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	41
4.2.3. Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	42
4.2.4. Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	42
4.2.5. Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	43
4.2.6. Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Kali Membeli .....	43
4.3. Deskripsi Jawaban Responden.....	44
4.3.1 Deskripsi Variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ).....	44

4.3.2. Deskripsi Variabel <i>Brand Image</i> ( $X_2$ ).....	46
4.3.3. Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	47
4.4. Analisis Data .....	48
4.4.1. Uji Validitas .....	48
4.4.2. Uji Reliabilitas .....	50
4.4.3. Uji Normalitas.....	51
4.4.4. Uji Multikolinearitas .....	53
4.4.5. Uji Heteroskedastisitas.....	54
4.4.6. Analisis Regresi Linear Berganda.....	56
4.4.7. Uji R Square ( $R^2$ ) .....	58
4.5. Pengujian Hipotesis.....	58
4.5.1. Uji T .....	58
4.5.2. Uji F .....	60
4.6. Pembahasan.....	60
4.6.1. Dampak Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	60
4.6.2. Dampak <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	61
4.6.3. Dampak Kualitas Produk dan <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	62
4.7. Implikasi Hasil Penelitian .....	62
4.7.1. Variabel Kualitas Produk .....	62
4.7.2. Variabel <i>Brand Image</i> .....	63
<b>BAB V.....</b>	<b>64</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>64</b>
5.1. Kesimpulan .....	64
5.2. Saran.....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>66</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>70</b>

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
<b>Gambar 2. 1</b> Kerangka Pemikiran .....	24
<b>Gambar 4. 1</b> <i>Histogram Regresion Residual</i> .....	51
<b>Gambar 4. 2</b> <i>P-plot Regression</i> .....	52
<b>Gambar 4. 3</b> <i>Hasil Uji Scatterplot</i> .....	56

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Penjualan Cap Kaki Tiga Area Batu Aji Tahun 2019-2020.....	4
Tabel 1. 2 <i>Return</i> Larutan Cap Kaki Tiga Area Batu Aji Tahun 2019 - 2020 .....	5
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian .....	26
Tabel 3. 2 Skala Likert .....	28
Tabel 3. 3 Operasional Variabel.....	29
Tabel 3. 4 Kategori Rentang Skala.....	32
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	41
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia .....	41
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pendidikan .....	42
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	42
Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Pendapatan.....	43
Tabel 4. 6 Responden Berdasarkan Berapa Kali Membeli.....	44
Tabel 4. 7 Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X1) .....	45
Tabel 4. 8 Deskripsi Variabel Brand Image (X2).....	46
Tabel 4. 9 Deskripsi Variabel Fasilitas (X2).....	47
Tabel 4. 10 Uji Validitas Kualitas Produk (X1).....	48
Tabel 4. 11 Uji Validitas Brand Image (X2) .....	49
Tabel 4. 12 Uji Validitas Keputusan Membeli (Y) .....	49
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas .....	50
Tabel 4. 14 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov.....	53
Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolinearitas .....	54
Tabel 4. 16 Uji <i>Park-glejser</i> .....	55
Tabel 4. 17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	57
Tabel 4. 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	58
Tabel 4. 19 Hasil Uji t .....	59
Tabel 4. 20 Hasil Uji F .....	60

## DAFTAR RUMUS

	Halaman
<b>Rumus 3. 1</b> Rentang Skala .....	31
<b>Rumus 3. 2</b> Korelasi <i>Product Moment</i> .....	32
<b>Rumus 3. 3</b> <i>Cronbach Alpha</i> .....	33
<b>Rumus 3. 4</b> Analisis Linear Berganda.....	35
<b>Rumus 3. 5</b> Uji t .....	36
<b>Rumus 3. 6</b> Fhitung .....	37