

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *BRAND TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PT CITRA MANDIRI DISTRIBUSINDO**

SKRIPSI



**Oleh:
Junaidi
170910132**

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *BRAND*
TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PT CITRA MANDIRI DISTRIBUSINDO**

SKRIPSI

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



**Oleh
Junaidi
170910132**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Junaidi
NPM : 170910132
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT CITRA MANDIRI DISTRIBUSINDO

Adalah hasil karya saya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya dan 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



Junaidi
170910132

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *BRAND*
TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PT CITRA MANDIRI DISTRIBUSINDO**

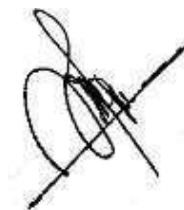
SKRIPSI

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

**Oleh:
Junaidi
170910132**

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

Batam, 23 Juli 2021

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke extending to the right.

**Hikmah, S.E., M.Si.
Pembimbing**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan *brand trust* terhadap keputusan pembelian pada PT Citra Mandiri Distribusindo. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode linier berganda. Desain penelitian operasi yang digunakan adalah analisis deskriptif. Dalam penelitian ini tes sudah terdiri dari validitas, reabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, koefisien determinasi, uji-t dan uji-f. Pengambilan sampel telah dikembangkan melalui *purposive sampling*, terdiri dari 110 responden. Data telah dikumpulkan dengan instrumen utama kuesioner. Berdasarkan hasil pengujian melalui analisis regresi berganda menunjukkan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 40,7% dan *brand trust* berpengaruh sebesar 58,1% terhadap keputusan pembelian. Koefisien determinasi memiliki analisis untuk R² sebesar 57,4% sedangkan hasil sisanya 24,6% dipengaruhi oleh variabel lain. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas produk terhadap keputusan pembelian, terdapat pengaruh positif *brand trust* terhadap keputusan pembelian dan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial atau simultan terhadap keputusan pembelian pada PT Citra Mandiri Distribusindo.

Kata kunci: *Brand Trust* ; Keputusan Pembelian; Kualitas Produk.

ABSTRACT

This study aims to determine how much influence product quality and brand trust have on purchasing decisions at PT Citra Mandiri Distribusindo. The data analysis technique used is the multiple linear method. The operation research design used is descriptive analysis. In this study, the test consisted of validity, reliability, classical assumption test, multiple regression analysis, coefficient of determination, t-test and f-test. Sampling has been developed through purposive sampling, consisting of 110 respondents. Data has been collected with the main instrument of the questionnaire. Based on the test results through multiple regression analysis shows that product quality has an effect on purchasing decisions of 40.7% and brand trust has an effect of 58.1% on purchasing decisions. The coefficient of determination has an analysis for R² of 57.4% while the remaining 24.6% is influenced by other variables. The results of the study indicate that there is a positive and significant effect on product quality on purchasing decisions, there is a positive influence of brand trust on purchasing decisions and a positive and significant effect partially or simultaneously on purchasing decisions at PT Citra Mandiri Distributionndo.

Keywords: *Brand Trust, Purchase Decision, Product Quality;*

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas Kehadirat Tuhan Yang Maha yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir 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 jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendaha 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 Plt. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora di Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam;
4. Ibu Himkah, S.E., M.Si. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
5. Bapak Dr. Wasiman, S.E., M.M. selaku pembimbing akademik pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
6. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah berbagi ilmu pengetahuan dengan penulis;
7. Kedua orang tua penulis yang telah mendukung penulis hingga skripsi ini selesai;
8. Bapak Amat selaku Direktur PT Citra Mandiri Distribusindo yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian;

Teman-teman se-angkatan penulis yang selalu menyemangati hingga selesai proposal skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan hati dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 23 Juli 2021

Junaidi
170910132

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Rumusan Masalah	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	9
1.6.1 Manfaat Teoritis	9
1.6.2 Manfaat Praktis.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Teori Dasar	11
2.1.1 Kualitas Produk	11
2.1.1.1 Definisi Kualitas Produk	11
2.1.1.2 Dimensi Kualitas Produk.....	12
2.1.1.3 Klasifikasi Produk	12
2.1.1.4 Indikator Kualitas Produk	13
2.1.2 <i>Brand Trust</i>	13
2.1.2.1 Pengertian <i>Brand Trust</i>	13
2.1.2.2 Dimensi <i>Brand Trust</i>	14
2.1.2.3 Indikator <i>Brand Trust</i>	15
2.1.3 Keputusan Pembelian	16

2.1.3.1	Definisi Keputusan Pembelian	16
2.1.3.2	Struktur Keputusan Pembelian	17
2.1.3.3	Indikator Keputusan Pembelian	18
2.2	Penelitian Terdahulu	18
2.3	Kerangka Pemikiran	21
2.3.1	Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	21
2.3.2	<i>Brand Trust</i> Terhadap Keputusan Pembelian	22
2.3.3	Kualitas Produk dan <i>Brand Trust</i> Terhadap Keputusan Pembelian	22
2.4	Hipotesis	23
BAB III METODE PENELITIAN		24
3.1	Jenis Penelitian	24
3.2	Sifat Penelitian	24
3.3	Lokasi dan Periode Penelitian	24
3.3.1	Lokasi Penelitian	24
3.3.2	Periode Penelitian	25
3.4	Populasi dan Sampel	25
3.4.1	Populasi	25
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel	26
3.4.3	Teknik Sampling	27
3.5	Sumber Data	28
3.6	Metode Pengumpulan Data	28
3.7	Definisi Operasional Variabel Penelitian	29
3.7.1	Variabel Dependen (Variabel Terikat)	29
3.7.2	Variabel Independen (Variabel Bebas)	29
3.8	Metode Analisis Data	31
3.8.1	Analisis Deskriptif	31
3.8.2	Uji Kualitas Instrumen	32
3.8.2.1	Uji Validitas	32
3.8.2.2	Uji Reliabilitas	33
3.8.3	Uji Asumsi Klasik	33
3.8.3.1	Uji Normalitas	33
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas	33
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas	34
3.8.4	Uji Pengaruh	34

3.8.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda	34
3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	35
3.9 Uji Hipotesis	35
3.9.1 Uji t (Uji Parsial).....	35
3.9.1 Uji F (Uji Simultan)	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	38
4.1.1 Sejarah Singkat PT Citra Mandiri Distribusindo di kota Batam	38
4.1.2 Logo Objek Penelitian	38
4.1.3 Visi dan Misi Objek Penelitian.....	38
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden	39
4.2.1 Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Umur	40
4.2.3 Profil Responden berdasarkan Lama Menjadi Pelanggan.....	41
4.3 Deskripsi Jawaban Responden	41
4.3.1 Analisis Deskriptif Kualitas Produk (X1)	42
4.3.2 Analisis Deskriptif <i>Brand Trust</i> (X2)	43
4.3.3 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian(Y)	45
4.4 Analisis Data	47
4.4.1 Kualitas Data	47
4.4.4.1 Uji Validitas	47
4.4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas	49
4.4.2 Uji Asumsi Dasar	49
4.4.2.1 Uji Normalitas	49
4.4.2.2 Uji Multikolonieritas	52
4.4.2.3 Uji Heteroskedastitas	53
4.4.3 Uji Pengaruh.....	54
4.4.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda	54
4.4.3.3 Analisis Koefisien Determinasi.....	56
4.5 Uji Hipotesis.....	56
4.5.1 Uji t (Parsial)	56
4.5.2 Uji F.....	57
4.6 Pembahasan	58

4.6.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Citra Mandiri Distribusindo di Kota Batam	58
4.6.2 Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Citra Mandiri Distribusindo di Kota Batam	59
4.6.3 Pengaruh Kualitas Produk dan <i>Brand Trust</i> Terhadap Keputusan Pembelian pada PT Citra Mandiri Distribusindo Di Kota Batam	60
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	
Lampiran 1. Pendukung Penelitian	
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	23
Gambar 4.1 Logo PT Citra Mandiri Distribusindo.....	38
Gambar 4.2 Uji Normalitas Kurva Histogram.....	50
Gambar 4.3 Uji Normalitas Grafik Normal <i>P- P Plot of Regression Standardized</i>	51

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Data Top Brand Index 2019 – 2020	6
Tabel 1.2 Daftar omset produk Energizer	7
Tabel 3.1 Jadwal Periode Penelitian.....	25
Tabel 3.2 Data Populasi.....	26
Tabel 3.3 Skala Likert	29
Tabel 3.4 Definisi Operasional Variabel	30
Tabel 3.5 Rentang Skala Penelitian.....	32
Tabel 4.1 Keterangan Kuisioner.....	39
Tabel 4.2 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Lama Menjadi Pelanggan	41
Tabel 4.5 Skala Analisis Deskriptif.....	41
Tabel 4.6 Hasil Analisis Deskripsi Kualitas Produk	42
Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskriptif Brand Trust (X2)	43
Tabel 4.8 Hasil Analisis Deskripsi Keputusan Pembelian	45
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1)	47
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Brand Trust (X2)	48
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	48
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Data.....	49
Tabel 4.13 One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test.....	51
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolonieritas.....	52
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas	53
Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	54
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi	56
Tabel 4.18 Hasil Uji T	57
Tabel 4.19 Hasil Uji F	58

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Slovin	26
Rumus 3.2 Rentang Skala	31