

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PT CIN ENGINEERING**

SKRIPSI



**Oleh:
Wilian
160910277**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2022**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PT CIN ENGINEERING**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Wilian
160910277**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2022**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Wilian
NPM : 160910277
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 pada PT
CIN Engineering

Merupakan hasil karya/penulisan yang bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Selain dari pada kutipan-kutipan yang tertera pada setiap baris penyusunan skripsi ini dan pada daftar pustaka, merupakan penelitian yang saya susun sendiri dan bukan merupakan karya yang pernah ditulis maupun diterbitkan oleh orang lain.

Apabila kemudian dalam naskah skripsi ini ditemukan dan dibuktikan terdapat unsur-unsur yang menggambarkan PLAGIASI, Saya bersedia untuk selanjutnya 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, 12 Januari 2022



Wilian

160910277

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PT CIN ENGINEERING**

SKRIPSI

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

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

Batam, 12 Januari 2022

syaifullah...

Syaifullah. S.E..M.M

Pembimbing

ABSTRAK

Dalam dunia pemasaran selalu berkaitan erat dengan apa yang disebut persaingan. Oleh karena itu, setiap perusahaan pasti akan terus bersaing dalam memberikan penawaran produk dan layanan terbaik kepada pelanggan guna memenuhi kepuasan pelanggan. Namun tentunya terdapat berbagai persoalan yang di hadapi oleh perusahaan, seperti rendahnya penjualan perusahaan yang di pengaruhi oleh kualitas produk maupun citra merek. Hal tersebut tentunya akan berdampak besar terhadap pendapatan perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada PT CIN Engineering. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik random sampling, populasi PT PT CIN Engineering sebanyak 152 populasi, jumlah sampel yang diperoleh adalah 110 responden. Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis linier berganda. Uji kualitas data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Dan uji pengaruh menggunakan analisis linier berganda dan analisis koefisien determinasi (R^2). Sedangkan uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji t dan uji F menggunakan program software SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian PT CIN Engineering

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

ABSTRACT

In the world of marketing is always closely related to what is called competition. Therefore, every company will definitely continue to compete in providing the best product and service offerings to customers in order to meet customer satisfaction. But of course there are various problems faced by the company, such as low sales of the company which is influenced by product quality and brand image. This will certainly have a major impact on the company's income. The purpose of this study was to determine how much influence product quality and brand image have on purchasing decisions at PT CIN Engineering. The sampling technique in this study is a random sampling technique, the population of PT PT CIN Engineering is 152 populations, the number of samples obtained is 110 respondents. Data was obtained by distributing questionnaires to respondents. Data analysis was performed using multiple linear analysis. The data quality test in this study used validity and reliability tests, classical assumption tests in this study used normality tests, multicollinearity tests and heteroscedasticity tests. And test the effect using multiple linear analysis and analysis of the coefficient of determination (R^2). While the hypothesis test in this study used the t test and the F test using the SPSS version 25 software program. The results showed that product quality and brand image had a positive and significant impact on PT CIN Engineering's purchasing decisions.

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

KATA PENGANTAR

Segala Puji Syukur penulis ucapkan kepada Tuhan yang Maha Pengasih dan 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 Syaifullah, 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 doaan dukungannya, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan berkat dan kasih- Nya kepada kita semua. Amin.

Batam, 12 January 2022



Wilian
160910277



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi masalah.....	5
1.3. Batasan Masalah	5
1.4. Rumusan Masalah	5
1.5. Tujuan Penelitian	6
1.6. Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN TEORI	9
2.1. Kajian Teori.....	9
2.1.1. KUALITAS PRODUK.....	9
2.1.2. <i>BRAND IMAGE</i>	11
2.1.3. KEPUTUSAN PEMBELIAN.....	14
2.2. Penelitian Terdahulu	19
2.3. Kerangka Pemikiran.....	22
2.3.1. KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN	22
2.3.2. <i>BRAND IMAGE</i> TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN.....	22
2.3.3. KUALITAS PRODUK DAN <i>BRAND IMAGE</i> TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN	23
2.4. Hipotesis	25
BAB III METODE PENELITIAN	27

3.1. Jenis Penelitian	27
3.2. Sifat Penelitian.....	28
3.3. Lokasi Dan Periode Penelitian.....	28
3.3.1. LOKASI PENELITIAN.....	28
3.3.2. PERIODE PENELITIAN.....	29
3.4. Populasi dan Sampel	30
3.4.1. POPULASI.....	30
3.4.2. TEKNIK PENENTUAN BESAR SAMPEL.....	30
3.4.3. TEKNIK SAMPLING.....	30
3.5. Sumber Data	32
3.6. Teknik Dan Pengumpulan Data.....	33
3.6.1. TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	33
3.6.2. ALAT PENGUMPULAN DATA.....	33
3.7. Operasional Variabel.....	35
3.7.1. VARIABEL INDEPENDEN.....	35
3.7.2. VARIABEL DEPENDEN.....	35
3.8. Metode Analisis Data.....	36
3.8.1. ANALISIS DESKRIPTIF	37
3.8.2. UJI KUALITAS DATA	37
3.8.3 UJI ASUMSI KLASIK.....	40
3.8.4. UJI PENGARUH.....	42
3.9. Uji Hipotesis	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	47
4.1.1. LOGO PERUSAHAAN.....	47
4.1.2. VISI & MISI PERUSAHAAN	47
4.2. Deskripsi Karakteristik Responden.....	48
4.2.1. PROFIL RESPONDEN.....	49
4.3. Deskripsi Jawaban Responden	53

4.3.1. KUALITAS PRODUK (X1)	53
4.3.2. <i>BRAND IMAGE</i> (X2).....	55
4.3.3. KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)	58
4.4. Analisis Data.....	60
4.4.1. HASIL UJI VALIDITAS DATA.....	60
4.4.2. HASIL UJI REALIBILITAS DATA	63
4.4.3. HASIL UJI ASUMSI KLASIK	65
4.4.4. HASIL UJI PENGARUH	69
4.5. Hasil Uji Hipotesis	71
4.5.1. HASIL UJI T	71
4.5.1. HASIL UJI F.....	72
4.6. Pembahasan	73
4.6.1. PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN	73
4.6.2. PENGARUH <i>BRAND IMAGE</i> TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN.....	73
4.6.3. PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN <i>BRAND IMAGE</i> TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN	74
4.7. Implikasi Hasil Penelitian.....	74
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	76
5.1. Simpulan.....	76
5.2. Saran.....	76
1. BAGI PERUSAHAAN	77
2. BAGI PENELITI SELANJUTNYA.....	77
DAFTAR PUSTAKA.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	24
Gambar 4.1 Logo Perusahaan	47
Gambar 4.2 Diagram Histogram	66
Gambar 4.3 Diagram Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Ban Forklif Februari 2020 – Januari 2021	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Periode Penelitian	29
Tabel 3.2 Skala Likert	34
Tabel 3.3 Operasional Variabel Penelitian	35
Tabel 3. 4 Indeksi Koefisien Reliabilitas	39
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	49
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	50
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	51
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan	52
Tabel 4.6 Skor Indikator Variabel Kualitas Produk.....	53
Tabel 4.7 Skor Indikator Variabel Brand Image.....	55
Tabel 4.8 Skor Indikator Variabel Keputusan Pembelian	58
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1)	61
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Brand Image (X2)	61
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	62
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X1).....	63
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Brand Image (X2)	64
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Brand Image (X2).....	65
Tabel 4.15 Hasil Uji Data One-Sample Kolmogorov-Smirnov.....	67
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas.....	68
Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas Park Gleyser.....	69
Tabel 4.18 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	70
Tabel 4.19 Hasil Uji R Square	71
Tabel 4.20 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	71
Tabel 4.21 Hasil Uji F	72

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Slovin.....	31
Rumus 3.2 Koefisien Korelasi.....	38
Rumus 3.3 Koefisien Reliabilitas Cronbach Alpha	39
Rumus 3.4 Regresi Linear Berganda	42
Rumus 3.5 Uji R2	43