

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS
PRODUK DAN PENJUALAN PRIBADI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAXTEA
TARIKK PADA PT SINAR MITRA USAHA**

SKRIPSI



**Oleh:
Yuki Christina
180910035**

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

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS
PRODUK DAN PENJUALAN PRIBADI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAXTEA
TARIKK PADA PT SINAR MITRA USAHA**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Yuki Christina
180910035**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yuki Christina

Npm : 180910035

Falkutas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

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

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PENJUALAN
PRIBADI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAXTEA
TARIKK PADA PT SINAR MITRA USAHA**

Merupakan hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah tulis 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, 12 Januari 2022



Yuki Christina
180910035

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS
PRODUK DAN PENJUALAN PRIBADI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAXTEA
TARIKK PADA PT SINAR MITRA USAHA**

SKRIPSI

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

**Oleh :
Yuki Christina
180910035**

**Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal
seperti tertara dibawah ini**

Batam, 12 Januari 2022



**Tiurniari Purba, S.E., M.M.
Pembimbing**



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk, dan penjualan pribadi terhadap keputusan pembelian produk MaxTea Tarikk pada PT Sinar Mitra Usaha, baik secara parsial maupun secara simultan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk MaxTea Tarikk di PT Sinar Mitra Usaha dengan jumlah 170 orang. Jumlah sampel yang diambil untuk penelitian ini sebanyak 119 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *simple random sampling*, dan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan kuesioner. Proses perhitungan menggunakan software SPSS versi 25. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk MaxTea Tarikk pada PT Sinar Mitra Usaha dengan nilai t hitung $2.241 > t$ tabel 1.981 , kualitas produk juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk MaxTea Tarikk pada PT Sinar Mitra Usaha dengan nilai t hitung $4.072 > t$ tabel 1.981 , dan penjualan pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk MaxTea Tarikk pada PT Sinar Mitra Usaha dengan nilai t hitung $2.676 > t$ tabel 1.981 . Hasil penelitian juga membuktikan bahwa citra merek, kualitas produk dan penjualan pribadi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk MaxTea Tarikk pada PT Sinar Mitra Usaha, dengan nilai f hitung $49.424 > f$ tabel 2.68 .

Kata kunci: Citra Merek; Kualitas Produk; Penjualan Pribadi; Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This research purpose to knowing the effect of brand image, product quality, and personal selling on purchasing decisions for MaxTea Tarikk products at PT Sinar Mitra Usaha, either partially or simultaneously. The population in this study are consumers who buy MaxTea Tarikk products at PT Sinar Mitra Usaha with a total of 170 people. The number of samples taken for this study were 119 respondents. The sampling technique in this study was done by simple random sampling, and data collection techniques in this study is to use a questionnaire. The calculation process uses SPSS version 25 software. The research method used is the quantitative method. The results showed that brand image had a positive and significant effect on purchasing decisions for MaxTea Tarikk products at PT Sinar Mitra Usaha with a t value of $2,241 > t$ table $1,981$, product quality also had a positive and significant impact on purchasing decisions for MaxTea Tarikk products at PT Sinar Mitra Usaha with the t -count value is $4,072 > t$ table $1,981$, and personal selling has a positive and significant effect on purchasing decisions for MaxTea Tarikk products at PT Sinar Mitra Usaha with a t -count value of $2,676 > t$ table $1,981$. The results of the study also prove that brand image, product quality and personal selling simultaneously affect the purchase decision of MaxTea Tarikk products at PT Sinar Mitra Usaha, with an f value of $49,424 > f$ table $2,68$.

Keywords: *Brand Image; Product Quality; Personal Selling; Purchase Decision.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmatnya, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini pada waktu yang tepat, dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Penjualan Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Produk MaxTea Tarikk Pada PT Sinar Mitra Usaha”, skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Putera Batam.

Penulis juga sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna bahwa ada kekurangan baik dari segi penyusun bahasanya maupun dari segi lainnya. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati sehingga dapat mengkoreksi makalah ini. Adapun skripsi ini saya kerjakan dengan tujuan dan pemanfaatannya telah saya berusaha semaksimalnya serta dengan bantuan dari berbagai pihak, maka dapat memperlancar dalam mengerjakan skripsi ini. Penulis ingin menyampaikan rasa 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. Ibu Tiurniari Purba, S.E., M.M., selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam.
6. Pimpinan PT Sinar Mitra Usaha, yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian.
7. Keluarga dan teman-teman penulis yang selalu memberi dukungan dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan Rahmat dan Karunia-Nya kepada mereka semua yang telah memberikan bantuan kepada penulis untuk menyelesaikan laporan skripsi ini.

Batam, 12 Januari 2022



Yuki Christina



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	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR RUMUS	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	6
1.3. Pembatasan Masalah.....	7
1.4. Rumusan Masalah.....	7
1.5. Tujuan Penelitian	8
1.6. Manfaat Penelitian	8
1.6.1. Manfaat Teoritis.....	8
1.6.2. Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Kajian Teori	10
2.1.1. Citra Merek	10
2.1.2. Kualitas Produk.....	12
2.1.3. Penjualan Pribadi	15
2.1.4. Keputusan pembelian.....	17
2.2. Penelitian Terdahulu	19
2.3. Kerangka Pemikiran.....	21
2.3.1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	21
2.3.2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	21
2.3.3. Pengaruh Penjualan Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian	21
2.3.4. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Penjualan Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian.....	22
2.4. Hipotesis	23
BAB III METODE PENELITIAN	
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.....	27
3.6.	Metode Pengumpulan Data.....	27
3.7.	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	28
3.7.1.	Variabel Bebas	28
3.7.2.	Variabel Terikat	29
3.8.	Metode Analisis Data.....	30
3.8.1.	Analisis Deskriptif	30
3.8.2.	Uji Kualitas Data.....	30
3.8.3.	Uji Asumsi Klasik.....	31
3.8.4.	Uji Pengaruh	32
3.9.	Uji Hipotesis	33
3.9.1.	Uji t (Uji Parsial).....	34
3.9.2.	Uji f (Uji Simultan).....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	35
4.2.	Deskripsi Karakteristik Responden.....	36
4.2.1.	Data Persentase Jenis Kelamin Responden.....	36
4.2.2.	Data Persentase Tingkat Pendidikan Responden.....	36
4.2.3.	Data Persentase Usia Responden.....	37
4.2.4.	Data Persentase Jenis Pekerjaan Responden.....	37
4.3.	Deskripsi Jawaban Responden.....	38
4.3.1.	Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Citra Merek	38
4.3.2.	Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Kualitas produk	39
4.3.3.	Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Penjualan Pribadi	41
4.3.4.	Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian.....	43
4.4.	Analisis Data	45
4.4.1.	Hasil Analisis Deskriptif.....	45
4.4.2.	Hasil Uji Kualitas Data	46
4.4.3.	Hasil Uji Asumsi Klasik	49
4.4.4.	Uji Pengaruh	51
4.5.	Pengujian Hipotesis	53
4.5.1.	Uji T (Uji Parsial)	53
4.5.2.	Uji F (Uji Simultan).....	54
4.6.	Pembahasan.....	56
4.7.	Implikasi Hasil Penelitian	58
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		
5.1.	Simpulan	59
5.2.	Saran	59
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		
Lampiran 1. Pendukung Penelitian		
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup		
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian		

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Penjualan Periode 01 Januari 2021 - 30 September 2021	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	22

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Data Pengembalian Produk (<i>Return</i>) MaxTea Tarikk.....	3
Tabel 1.2 Data penjualan produk MaxTea Tarikk PT Sinar Mitra Usaha.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
Tabel 4.2 Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	36
Tabel 4.3 Indentitas Responden Berdasarkan Usia	37
Tabel 4.4 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	37
Tabel 4.5 Kriteria Analisis Deskriptif	38
Tabel 4.6 Hasil Deskriptif Variabel Citra Merek (X1).....	39
Tabel 4.7 Hasil Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X2)	40
Tabel 4.8 Hasil Deskriptif Variabel Penjualan Pribadi (X3).....	42
Tabel 4.9 Hasil Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	44
Tabel 4.10 Hasil Analisis Deskriptif Variabel X1, X2, X3 dan Y	45
Tabel 4.11 Tabel Hasil Uji Validitas Citra Merek (X1).....	46
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X2).....	47
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Penjualan Pribadi (X3)	47
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Keputuasn Pembelian (Y)	48
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas	48
Tabel 4.16 Hasil uji <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov</i>	49
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinearitas	50
Tabel 4.18 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	51
Tabel 4.19 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	51
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	53
Tabel 4.21 Hasil Uji T	54
Tabel 4.22 Hasil Uji F	55

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Slovin	26
Rumus 3.2 Uji Validitas	30
Rumus 3.3 Regresi Linear Berganda.....	32
Rumus 3.4 Uji t	34