

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SUNLIGHT DI KECAMATAN KATEMAN**

SKRIPSI



**Oleh:
Sherry
180910051**

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

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SUNLIGHT DI KECAMATAN KATEMAN**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Sherry
180910051**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Sherry
NPM : 180910051
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat dengan judul:

PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SUNLIGHT DI KECAMATAN KATEMAN

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 di dalam 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, 28 Juli 2022



Sherry

180910051

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SUNLIGHT DI KECAMATAN KATEMAN**

SKRIPSI
Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana

Oleh:
Sherry
180910051

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera dibawah ini

Batam, 28 Juli 2022



Heryenzus, S.Kom., M.Si



ABSTRAK

Tujuan penelitian ini ialah untuk: (1) mengetahui pengaruh citra merek terhadap pembelian sunlight di kecamatan kateman. (2) untuk mengetahui pengaruh kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian sunlight di kecamatan kateman. (3) untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sunlight di kecamatan kateman. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang dilakukan di Kecamatan Kateman tepatnya di sungai guntung, Kabupaten Indragiri Hilir, Riau terhadap 183 responden. Uji analisa dilakukan dengan uji regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini ialah pada variabel citra merek nilainya $0.000 < 0.05$ sehingga ada pengaruh positif dan signifikan citra merek terhadap keputusan pembelian sunlight di Kecamatan Kateman. Pada variabel kepercayaan merek nilainya $0.11 > 0.05$ sehingga kepercayaan merek mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sunlight di Kecamatan Kateman. Pada variabel kualitas produk nilainya $0.00 < 0.05$ sehingga ada pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sunlight di Kecamatan Kateman. Pada citra merek, kepercayaan merek, dan kualitas produk jika diuji secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti citra merek, kepercayaan merek dan kualitas produk yang terus ditingkatkan dengan inovasi-inovasi baru akan membuat keputusan pembelian meningkat kearah positif.

Kata Kunci: Citra merek, Kepercayaan merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

The aims of this study are to: (1) determine the effect of brand image on purchasing sunlight in Kateman sub-district. (2) to find out the influence of brand trust on the purchase decision of Sunlight in Kateman sub-district. (3) to determine the effect of product quality on purchasing decisions of sunlight in Kateman sub-district. This research is a quantitative research conducted in Kateman Subdistrict, precisely in Guntung River, Indragiri Hilir Regency, Riau on 183 respondents. The analysis test was done by using multiple linear regression test. The result of this research is that the brand image variable has a value of $0.000 < 0.05$ so that there is a positive and significant influence of brand image on sunlight purchasing decisions in Kateman District. In the brand trust variable the value is $0.11 > 0.05$ so that brand trust has a negative and significant influence on sunlight purchasing decisions in Kateman District. The product quality variable has a value of $0.00 < 0.05$ so that there is a positive and significant effect on product quality on purchasing decisions for sunlight in Kateman District. On brand image, brand trust, and product quality if tested together or simultaneously have a positive effect on purchasing decisions. This means that brand image, brand trust and product quality that are continuously improved with new innovations will make purchasing decisions increase in a positive direction.

Keywords: *Brand Image, Brand Trust, Product Quality, Purchase Decision.*

KATA PENGANTAR

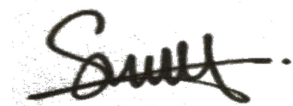
Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan YME yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan 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 di Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam;
4. Bapak, Heryenzus, S.Kom., M.Si. selaku pembimbing skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
6. Kedua orang tua penulis yang selalu mendoakan dan menyemangati penulis hingga penulisan skripsi ini selesai;
7. Keluarga penulis yang selalu mendoakan dan memberikan motivasi kepada penulis agar penelitian ini selesai tepat waktu.

Semoga Tuhan membalas kebaikan dan selalu mencurahkan berkat dan karuniaNya, Amin.

Batam, 28 Juli 2022



Sherry



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

	Halaman
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR RUMUS	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	6
1.3. Batasan 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	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Kajian Teori.....	10
2.1.1. Citra Merek	10
2.1.2. Kepercayaan Merek	15
2.1.3. Kualitas Produk.....	18
2.1.4. Keputusan Pembelian.....	22
2.2. Penelitian Terdahulu.....	26
2.3. Kerangka Pemikiran	31
2.4. Hipotesis Penelitian.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1. Jenisi Penelitian	33
3.2. Sifat Penelitian	33
3.3. Lokasi dan Periode Penelitian	33
3.3.1. Lokasi Penelitian.....	33
3.3.2. Periode Penelitian.....	33
3.4. Populasi dan Sampel	34
3.4.1. Populasi.....	34
3.4.2. Sampel.....	34
3.4.3. Teknik Sampling	35
3.5. Sumber Data	36
3.6. Metode Pengumpulan Data	36

3.7.	Definisi Operasional Variabel Penelitian	37
3.7.1.	Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>).....	37
3.7.2.	Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>)	38
3.8.	Metode Analisis Data	38
3.8.1.	Analisi Regresi Linier Berganda.....	38
3.8.2.	Uji Reabilitas dan Validitas	39
3.8.3.	Uji Asumsi Klasik.....	40
3.9.	Uji Hipotesis.....	41
3.9.1.	Uji Signifikansi Parameter Individu (Uji – T)	41
3.9.2.	Uji Signifikansi Simultan (Uji – F).....	42
3.9.3.	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	42
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1.	Deskripsi Karakteristik Responden	43
4.1.1.	Jenis Kelamin Responden	43
4.1.2.	Usia Responden.....	43
4.1.3.	Pendidikan.....	44
4.1.4.	Lama Berlangganan	45
4.2.	Deskripsi Jawaban Responden	45
4.3.	Analisis Data	46
4.3.1.	Uji Instrumen	46
4.3.2.	Uji Asumsi Klasik.....	48
4.4.	Pengujian Hipotesis.....	52
4.4.1.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	52
4.4.2.	Uji- T (Parsial)	53
4.4.3.	Uji F	55
4.4.4.	Hasil Uji Koefisien Determinasi	56
4.5.	Pembahasan	56
4.5.1.	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sunlight di Kecamatan Kateman	56
4.5.2.	Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Sunlight di Kecamatan Kateman.....	57
4.5.3.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sunlight di Kecamatan Kateman	58
4.5.4.	Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sunlight di Kecamatan Kateman	58
4.6.	Implikasi Hasil Penelitian	59
SBAB V	SIMPULAN DAN SARAN.....	60
5.1.	Simpulan.....	60
5.2.	Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	65

LAMPIRAN I	65
Lampiran 1. 1. Hasil Kuesioner Penelitian Bab 1	66
Lampiran 1. 2. Kuesioner Penelitian	67
Lampiran 1. 3. Petunjuk Kuesioner	69
Lampiran 1. 4. Master Tabel	72
Lampiran 1. 5. Deskripsi Responden	82
Lampiran 1. 6. Deskripsi Jawaban Responden.....	84
Lampiran 1. 7. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	85
Lampiran 1. 8. Hasil Uji Asumsi Klasik	93
Lampiran 1. 9. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	99
Lampiran 1. 10. R Tabel.....	101
Lampiran 1. 11. T Tabel	104
Lampiran 1. 12. F Tabel	111
LAMPIRAN II.....	120
Lampiran 2. 1. Daftar Riwayat Hidup	121
LAMPIRAN III	122
Lampiran 3. 1. Surat Keterangan Penelitian	123
LAMPIRAN IV	124
Lampiran 4. 1. Hasil Turnitin	125

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1. 1. Top Brand Index Kategori Produk Rumah Tangga untuk Jenis Sabun Pencuci Piring Cair Tahun 2019-2021	4
Tabel 1. 2. Data Kepercayaan Merek Sabun Cuci Piring 2021	4
Tabel 1. 3. Data Kualitas Sabun Cuci Piring Sunlight	5
Tabel 1. 4. Faktor yang Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Sunlight	6
Tabel 2. 1. Faktor yang Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Sunlight	26
Tabel 3. 1. Skor Skala Likert	37
Tabel 3. 2. Citra Merek, Kepercayaan Merek Dan Kualitas Produk	37
Tabel 3. 3. Keputusan Pembelian.....	38
Tabel 4. 1. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis kelamin	43
Tabel 4. 2. Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4. 3. Distribusi Pendidikan Responden	44
Tabel 4. 4. Distribusi Lama Berlangganan	45
Tabel 4. 5. Statistika Deskriptif	45
Tabel 4. 6. Hasil Uji Validitas Instrumen	46
Tabel 4. 7. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	48
Tabel 4. 8. Hasil Uji Normalitas Data.....	49
Tabel 4. 9. Hasil Uji Multikolinieritas	51
Tabel 4. 10. Hasil Uji Heterokedastisitas.....	51
Tabel 4. 11. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	52
Tabel 4. 12. Uji-t (Parsial).....	54
Tabel 4. 13. Hasil Uji F	55
Tabel 4. 14. Hasil Uji Koefisien Determinasi	56

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1. Kerangka Pemikiran.....	31
Gambar 4. 1. Plot Normalitas Data.....	50
Gambar 4. 2. Histogram Normalitas Data.....	50

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3. 1. Slovin.....	35
Rumus 3. 2. Regresi Linear Berganda	39