

**PENGARUH *BRAND AWARENESS* DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KUNCI DEKKSON PADA PT SRI INDAH
LESTARI**

SKRIPSI



**Oleh:
Elis
160910001**

**PROGAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2020**

**PENGARUH *BRAND AWARENESS* DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KUNCI DEKKSON PADA PT SRI INDAH
LESTARI**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Elis
160910001**

**PROGAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2020**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Elis

NPM/NIP : 160910001

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

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

Pengaruh Brand Awareness dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kunci Dekkson pada PT Sri Indah Lestari.

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, 07 Februari 2020

Elis

160910001

**PENGARUH *BRAND AWARENESS* DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KUNCI DEKKSON PADA PT SRI INDAH
LESTARI**

SKRIPSI

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

**Oleh
Elis
160910001**

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

Batam, 07 Februari 2020

**Putu Hari Kurniawan, S.Sos., M.M.
Pembimbing**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *brand awareness* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kunci dekkson di PT Sri Indah Lestari. Tingkat penjualan di PT Sri Indah lestari masih tergolong sangat rendah. Hal ini disebabkan karena masih rendahnya kesadaran merek konsumen akan produk kunci merek Dekkson. Selain itu, kualitas produk yang ditawarkan kurang sesuai dengan harapan konsumen sehingga tingkat penjualan belum mencapai tingkat sebagaimana yang diharapkan. Metode analisis data penelitian ini menggunakan analisis data kuantitatif, dan menggunakan penelitian deskriptif, Alat pengumpulan data primer menggunakan kuesioner. Populasi dari penelitian ini adalah pelanggan PT Sri Indah Lestari yang berjumlah 215 orang. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel *probability sampling* yang meliputi *simple random sampling* yaitu peneliti akan memilih secara acak pelanggan PT Sri Indah Lestari. Untuk menentukan jumlah sampel yang akan diteliti digunakan rumus slovin dan memperoleh hasil 140 orang responden. Data akan diolah dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 24. Hasil persamaan analisis regresi linear berganda adalah $Y = 8,008 + 0,416.X1 + 0,231.X2$. Berdasarkan hasil uji determinasi didapatkan hasil sebesar 27% dijelaskan oleh dua variabel independen yaitu *brand awareness* dan kualitas produk sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini yaitu sebanyak 73%. Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan, menunjukkan bahwa *brand awareness* dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

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

ABSTRACT

This purpose of this research was to know the influence and analyze the brand awareness and quality product on purchase decision at PT Sri Indah Lestari. The level of purchase decision is still relatively low, this is due to a lack of brand awareness and the quality of the products offered is not in line with consumer expectations so that the level of sales has not reached the level expected. The purpose of the research is to determine whether there is a significant influence on brand awareness and quality product against purchase decision product of key brand Dekkson at PT Sri Indah Lestari. Methode of data analysis using quantitative data analysis, and descriptive research primary data collection tool using questionnaires which was distributed to customer PT Sri Indah Lestari. The population of this research is 215. In this research used a probability sampling technique that included simple random sampling in which the researcher would randomly select consumers of PT Sri Indah Lestari. To determine the number of samples to be studied can use the Slovin formula and obtain the results of 140 respondents. Data will be processed using the SPSS application version 24. The results of the multiple regression analysis equation are $Y = 8.008 + 0.416.X1 + 0.231.X2$. Based on the results of the determination test the results obtained by 27% are explained by two independent variables which is brand awareness and product quality the remaining is explained by other variables not discussed in this study as many as 73%. Based on the results of data processing, the result showed that, the brand awareness and quality product positive effect on purchase decision.

Keywords :Brand Awareness; Quality Product; Purchase Decision.

KATA PENGANTAR

Syukur dan terima kasih penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa 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. Ibu Rizki Tri Anugrah Bhakti, S.H., M.H. 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 Putu Hari Kurniawan, S.Sos., M.M. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
5. Ibu Nora Pitri Nainggolan, S.E., M.Si selaku pembimbing Akademik Manajemen Universitas Putera Batam;
6. Bapak Dr. Hendri Herman, S.E., M.Si. selaku dosen metodologi penelitian yang telah mengarahkan penulis dengan baik;
7. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
8. Orang tua, saudara kandung dan teman-teman seangkatan yang telah memberi dorongan dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.

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

Batam, 07 Februari 2020

Elis

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 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Rumusan Masalah.....	6
1.5 Tujuan Penelitian	6
1.6 Manfaat Penelitian	6
1.6.1 Secara Teoretis.....	6
1.6.2 Secara Praktis.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Kajian Teori	8
2.1.1 Brand Awareness/Kesadaran Merek.....	8
2.1.1.1 Pengertian <i>Brand</i> /Merek.....	8
2.1.1.2 Pengertian <i>Brand Awareness</i> /Kesadaran Merek.....	9
2.1.1.3 Tingkatan <i>Brand Awareness</i> /Kesadaran Merek.....	10
2.1.1.4 Indikator <i>Brand Awareness</i> /Kesadaran Merek	11
2.1.2 Kualitas Produk.....	12
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Produk.....	12
2.1.2.2 Tingkatan Produk.....	13

2.1.2.3	Dimensi Kualitas Produk	15
2.1.2.4	Indikator Kualitas Produk	17
2.1.3	Keputusan Pembelian.....	18
2.1.3.1	Pengertian Keputusan Pembelian	18
2.1.3.2	Langkah-Langkah Dalam Melakukan Keputusan Pembelian.....	21
2.1.3.3	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	22
2.1.3.4	Indikator Keputusan Pembelian	25
2.2	Penelitian Terdahulu	26
2.3	Kerangka Pemikiran.....	28
2.3.1.	Hubungan <i>Brand Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2.3.2.	Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.	28
2.3.3.	Hubungan <i>Brand Awareness</i> dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2.4	Hipotesis Penelitian	29
BAB III METODE PENELITIAN		30
3.1	Desain Penelitian	30
3.2	Definisi dan Operasional Variabel.....	30
3.3.1.	Variabel Dependen.....	31
3.3.2.	Variabel Independen	31
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian	32
3.3.1.	Populasi Penelitian.....	32
3.3.2.	Sampel Penelitian	32
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.5	Metode Analisis Data.....	34
3.5.1	Analisis Deskriptif	34
3.5.2	Uji Kualitas Data	34
3.5.2.1	Uji Validitas Data	35
3.5.2.2	Uji Reliabilitas	36
3.5.3	Uji Asumsi Klasik.....	36
3.5.3.1	Uji Normalitas.....	36
3.5.3.2	Uji Multikolinieritas.....	37
3.5.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	37
3.5.4	Uji Pengaruh	38

3.5.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda	38
3.5.4.2 Uji Determinasi (R^2)	39
3.5.5 Uji Hipotesis	39
3.5.5.1 Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji T)	39
3.5.5.2 Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji F)	40
3.6. Tempat dan Agenda Penelitian	40
3.6.1 Tempat Penelitian	40
3.6.2 Agenda Penelitian	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1. Profil Responden.....	42
4.1.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	43
4.1.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	43
4.1.4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
4.2. Hasil Penelitian	45
4.2.1 Hasil Analisis Deskriptif.....	45
4.2.1.1 Variabel Brand Awareness (X1)	45
4.2.1.2 Variabel Kualitas Produk (X2)	46
4.2.1.3 Variabel Keputusan Pembelian (Y)	47
4.2.2 Hasil Kualitas Data	48
4.2.2.1 Hasil Uji Validitas Data	48
4.2.2.2 Hasil Uji Reliabilitas Data	49
4.2.3 Hasil Asumsi Klasik	50
4.2.3.1 Hasil Uji Normalitas	50
4.2.3.2 Hasil Uji Multikolinearitas	51
4.2.3.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	52
4.2.4 Hasil Uji Pengaruh.....	53
4.2.4.1 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	53
4.2.4.2 Hasil Uji Determinasi (R^2).....	55
4.2.5 Hasil Uji Hipotesis.....	56
4.2.5.1 Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T).....	56
4.2.5.2 Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji F)	57
4.3. Pembahasan	57

4.3.1	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian	58
4.3.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	58
4.3.3	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	59
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		61
5.1.	Kesimpulan	61
5.2.	Saran	61
DAFTAR PUSTAKA.....		63
LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4. 1 Grafik <i>Normal P-P Plot</i>	50
Gambar 4. 2 Grafik Histogram	50
Gambar 4. 3 <i>Scatterplot</i>	53

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1. 1 Top Brand Index Kategori Produk Kunci Pada Tahun 2015-2017	3
Tabel 1. 2 Volume Penjualan Produk Kunci Merek Dekkson di PT Sri Indah Lestari.....	4
Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	31
Tabel 3. 2 Kriteria Analisis Statistik Deskriptif	34
Tabel 3. 3 Agenda Penelitian	41
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	42
Tabel 4. 2 Usia Responden	43
Tabel 4. 3 Pendidikan Terakhir Responden	44
Tabel 4. 4 Pekerjaan Responden	44
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Brand Awareness (X1)...	45
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kualitas Produk (X2)	46
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian (Y)	47
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas	48
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas	49
Tabel 4. 10 Hasil One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.	51
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas	52
Tabel 4. 12 Hasil Heteroskedastisitas.....	52
Tabel 4. 13 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	54
Tabel 4. 14 Hasil Uji Determinasi (R ²).....	55
Tabel 4. 15 Hasil Uji T	56
Tabel 4. 16 Hasil Uji F	57

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3. 1 Rumus Slovin.....	33
Rumus 3. 2 Rumus Uji Validitas.....	35
Rumus 3. 4 Rumus Regresi Linear Berganda	38
Rumus 3. 3 Rumus Uji Reliabilitas	36
Rumus 3. 4 Rumus Regresi Linear Berganda	38