

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PT TOP BAKER INDONESIA**

SKRIPSI



**Oleh:
Kevin Lee
150910371**

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PT TOP BAKER INDONESIA**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Kevin Lee
150910371**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Kevin Lee
NPM : 150910371
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

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

“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT TOP BAKER INDONESIA”

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, 21 February 2020

Materai 6000

Kevin Lee
150910371

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PT TOP BAKER INDONESIA**

SKRIPSI

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

**Oleh:
Kevin Lee
150910371**

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

Batam, 21 February 2020

**Dr.Suhardi, S.E., M.M.
Pembimbing**

ABSTRAK

Setiap perubahan hari ini, citra produk sangat penting dalam membuatnya mudah bagi konsumen untuk memilih produk yang banyak perusahaan terus bersaing dalam persaingan untuk mendapatkan banyak konsumen. Riset operasi itu dilampirkan untuk mengamati efek ini dari Kualitas Produk (X1) dan Brand Image (X2) pada Purchase Intention (Y) di PT Top Baker Indonesia. Penelitian ini adalah kuantitatif dan statistik yang diterbitkan melampaui kuesioner. Populasi adalah 196 pelanggan di PT Top Baker Indonesia. Sampel adalah 132 responden yang dipengaruhi oleh metode perlakuan purposive sampling yang digunakan untuk menentukan kriteria dan komutisasi kolonisasi ini menjadi logam yang tidak terkontaminasi. analisis statistik menggunakan regresi linier berganda. The texamination nobtainment thisomeome, variabel ini Quality Produk (X1) dan Brand Image (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), variabel Kualitas Produk (X1) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) , dan citra merek (X2) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). bersama-sama Kualitas Produk (X1) dan Citra Merek (X2) memiliki perambahan positif yang signifikan pada keputusan pembelian (Y) di PT Top Baker Indonesia.

Kata kunci: merek, kualitas produk, keputusan pembelian.

ABSTRACT

Every change today, the image of the product is very important in making it easy for consumers to choose products that many companies continue to compete in competition to get many consumers. That operations research was attached to observation this effect of Product Quality (X_1) and Brand Image (X_2) on Purchase Intention (Y) at PT Top Baker Indonesia. This research is quantitative and statistic published goes beyond questionnaires. The population were 196 customer at PT Top Baker Indonesia. Sample were 132 respondents this affected by mistreatment purposive sampling method this used for decisive that criteria and commutethis colonisation to metal uncontrived. statistic analisis misused multiple linear regression. The texaminatio nobtainment this income, this variable Product Quality (X_1) and Brand Image (X_2) had a positive and significant influence on Purchasing Decisions (Y), the Product Quality variable (X_1) partially had a positive and significant influence on purchasing decisions (Y), and Brand image (X_2) partially has a positive and significant influence on purchasing decisions (Y). together Product Quality (X_1) and Brand Image (X_2) have a significant positive encroachment on purchasing decisions (Y) at PT Top Baker Indonesia.

Keywords: *Brand; Product quality; Purchase Intention.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saranakan 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 Dr. 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, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam;
4. Bapak Dr. Suhardi, S.E., M.M. selaku Dosen pembimbing pada Universitas Putera Batam;
5. Tim Dosen Penguji;
6. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
7. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua khususnya bai mahasiswa manajemen bisnis Universitas putera batam untuk masa yang akan datang. Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan mencurahkan hidayah serta taufik-nya, Amin.

Batam, 21 Februari 2020

Kevin L

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN

HALAMAN JUDUL

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK.....	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR RUMUS	xi

BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Pembatasan Masalah	6
1.4 Perumusan Masalah	6
1.5 Tujuan Penelitian.....	6
1.6 Manfaat Penelitian	7
1.6.1 Manfaat Secara Teoritis	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Kajian Teori.....	8
2.1.1 Keputusan Pembelian	8
2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian	8
2.1.1.2 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	9
2.1.1.3 Proses Pertimbangan Membeli	9
2.1.1.4 Indikator Keputusan Pembelian	10
2.1.2 Kualitas Produk	10

2.1.2.1	Pengertian Kualitas Produk.....	10
2.1.2.2	Penentu-penentu Kualitas Produk	11
2.1.2.3	Pengembangan produk.....	12
2.1.2.4	Indikator Kualitas produk	14
2.1.3	Citra merek.....	15
2.1.3.1	Pengertian Citra merek	15
2.1.3.2	Manfaat Citra Merek.....	15
2.1.3.3	Faktor yang mempengaruhi Citra Merek.....	16
2.1.3.4	Indikator Citra Merek	17
2.2	Penelitian Terdahulu	18
2.3	Kerangka Pemikiran	20
2.4	Hipotesis	21
BAB III		22
METODE PENELITIAN		22
3.1.	Desain Penelitian.....	22
3.2.	Operasional Variabel	23
3.2.1.	Variabel Independen.....	23
3.2.1.2.	Citra Merek (X2)	24
3.2.2.	Variabel Dependen	25
3.3.	Populasi dan Sampel.....	26
3.3.1.	Populasi.....	26
3.3.2.	Sampel.....	26
3.4.	Teknik dan Alat Pengumpulan Data.....	28
3.4.1.	Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.4.2.	Alat Pengumpulan Data	28
3.5.	Metode Analisis Data	28
3.5.1.	Analisis Data Deskriptif.....	29
3.5.2.	Uji Kualitas Data	32
3.5.3.	Uji Asumsi Klasik	35
3.5.4.	Uji Pengaruh.....	37
3.5.5.	Uji Hipotesis.....	39

3.6.	Lokasi dan Jadwal Penelitian	43
3.6.1.	Lokasi Penelitian	43
3.6.2.	Jadwal Penelitian	43
BAB IV		45
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		45
4.1.	Hasil Penelitian	45
4.1.1.	Profil Responden.....	45
4.1.2.	Analisa Deskriptif.	48
4.1.3.	Hasil Uji Kualitas Data.....	54
4.1.4.	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	58
4.1.5.	Hasil Uji Pengaruh	62
4.1.6.	Hasil Uji Hipotesis	64
4.2.	Pembahasan.....	67
4.2.1.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	68
4.2.2.	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	68
4.2.3.	Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	68
BAB V		69
SIMPULAN DAN SARAN		69
5.1.	Simpulan	69
5.2.	Saran	71

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Kualitas Produk PT Top Baker Indonesia	2
Tabel 1. 2 Data Laporan Penjualan PT Top Baker Indonesia 2019.....	4
 Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	18
 Tabel 3. 1 Rentang Skala.....	31
Tabel 3. 2 Kriteria Indeks Koefisien Reliabilitas.....	35
 Tabel 4. 1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4. 2 Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4. 3 Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan	47
Tabel 4. 4. Rentang Skala Kriteria Analisis Deskriptif.....	48
Tabel 4. 5 Nilai Rata-Rata Variabel Kualitas Produk (X1).....	49
Tabel 4. 6 Nilai Rata-Rata Variabel Citra Merek (X2)	51
Tabel 4. 7 Nilai Rata-Rata Variabel Keputusan Pembelian (Y)	53
Tabel 4. 8 Output Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1)	55
Tabel 4. 9 Output Uji Validitas Citra Merek(X2).....	56
Tabel 4. 10 Output Uji Validitas Data Variabel Keputusan Pembelian (Y)	57
Tabel 4. 11 Hasil Uji Realibilitas.....	58
Tabel 4. 12 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov	60
Tabel 4. 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	61
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas	62
Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	64
Tabel 4. 16 Hasil Uji T	65
Tabel 4. 17 Hasil Uji F	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	21
Gambar 4. 1 Diagram Normal P-P Plot Regression Standardized	59

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1 Rumus Slovin	26
Rumus 3. 2 Penentuan Skor Jawaban Kuesioner	30
Rumus 3. 3 Menghitung Skor	30
Rumus 4. 1 Regresi Linear Berganda.....	62