

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PT GUNA CIPTA KARSA MANDIRI**

SKRIPSI



**OLEH :
ALBERT
180910180**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2023**

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PT GUNA CIPTA KARSA MANDIRI**

SKRIPSI

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



**Oleh
ALBERT
180910180**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2023**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Albert
NPM/NIP : 180910180
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "SKRIPSI" yang saya buat dengan judul:

PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT GUNA CIPTA KARSA MANDIRI

Adalah hasil karya saya 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, 30 Januari 2023



Albert
180910180

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PT GUNA CIPTA KARSA MANDIRI**

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat
guna memperoleh gelar Sarjana

Oleh:

Albert
180910180

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal

Seperti tertera di bawah ini

Batam, 30 Januari 2023



Assoc. Prof. Dr. Suhardi, S.E., M.M

Pembimbing



Universitas Putera Batam

ABSTRACT

There is one company in Batam whose company name is PT Guna Cipta Karsa Mandiri. The company is engaged in supplying Aqua in Batam City. AQUA minerals come from selected springs. AQUA is present in 330 ml, 600 ml, 750 ml, 1500 ml plastic bottles and 220 ml plastic cup packages and 19 liter gallon packages to meet the needs of the population in carrying out their activities. The company experienced cases that were less stable in the sales sector because sales increased and decreased every month. This is because consumers tend to choose products that have a positive brand image, so companies need to ensure that Aqua is always ready to defend the public's view of the Aqua brand. Another problem is checking the quality of goods by the company, but PT Guna Cipta Karsa Mandiri has also received complaints about product quality in Aqua drinks, such as the condition of the bottles being broken and the bottles not being sealed. The population in this study is the result of data from PT Guna Cipta Karsa Mandiri which states that it consists of 249 consumers. This research was carried out using a random sampling technique and using the slovin formula in calculating the sample. The number of samples used was 153 respondents. The results stated that both partially and simultaneously brand image and product quality had a positive and significant influence on purchasing decisions at PT Guna Cipta Karsa Mandiri.

Keywords: *Brand image, Product Quality, Purchase Decision*

KATA PENGANTAR

Segala hormat, kemuliaan dan pujian bagi Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Bisnis 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 Universitas Putera Batam
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam
4. Bapak Assoc. Prof. Dr. Suhardi, S.E., M.M, selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam
5. Dosen dan Staf Universitas Putera Batam
6. Seluruh pelanggan PT Guna Cipta Karsa Mandiri yang telah sangat banyak membantu dalam pengisian kuesioner.
7. Kedua orang tua dan segenap keluarga tercinta yang selalu mendorong, mengingatkan, dan mendukung penulis dalam menyelesaikan studi
8. Semua sahabatku dan teman-teman seperjuangan manajemen. Terima kasih atas bantuan dan dukungannya

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

Batam, 30 Januari 2023

Albert



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR RUMUS	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Rumusan Masalah	6
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	7
1.6.1 Secara Teoritis	7
1.6.2 Secara Praktis.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Teori Dasar	8
2.1.1 Citra Merek.....	8
2.1.1.1 Pengertian	8
2.1.1.2 Dimensi Citra Merek.....	10
2.1.1.3 Indikator Citra merek	12
2.1.2 Kualitas produk.....	13
2.1.2.1 Pengertian	13
2.1.2.2 Dimensi Kualitas Produk.....	16
2.1.2.3 Indikator Kualitas produk.....	17
2.1.3 Keputusan pembelian	18
2.1.3.1 Pengertian	18
2.1.3.2 Jenis Perilaku Keputusan Pembelian	20
2.1.3.3 Indikator Keputusan pembelian	21
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Kerangka Pemikiran.....	29
2.3.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	29

2.3.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	30
2.4	Hipotesis Penelitian.....	32
BAB III METODE PENELITIAN		33
3.1	Jenis Penelitian.....	33
3.2	Sifat Penelitian.....	33
3.3	Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	34
3.3.1	Lokasi Penelitian.....	34
3.3.2	Jadwal Penelitian.....	34
3.4	Populasi dan Sampel	34
3.4.1	Populasi	34
3.4.2	Sampel.....	35
3.5	Sumber Data	35
3.5.1	Data Primer	35
3.5.2	Data Sekunder.....	36
3.6	Teknik Pengumpulan Data	36
3.7	Operasional Variabel.....	37
3.7.1	Variabel Independen	37
3.7.2	Variabel Dependen.....	41
3.8	Metode Analisis Data	42
3.8.1	Analisis Deskriptif	42
3.8.2	Uji Kualitas Data.....	43
3.8.2.1	Uji Validitas.....	43
3.8.2.2	Uji Reliabilitas	44
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	44
3.8.3.1	Uji Normalitas.....	44
3.8.3.2	Uji Multikolinieritas.....	45
3.8.3.3	Uji Heterokedasitas	45
3.8.4	Uji Pengaruh	46
3.8.4.1	Uji Regresi Linear Berganda	46
3.8.4.2	Uji Determinasi (R^2).....	46
3.9	Uji Hipotesis	47
3.9.1	Uji t.....	47
3.9.2	Uji F.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		48
4.1	Hasil Penelitan	48
4.1.1	Profil Responden.....	48
4.1.1.1	Profil Responden berdasar Jenis Kelamin	48
4.1.1.2	Profil Responden berdasar Usia	49
4.1.1.23	Profil Responden berdasar Pendapatan	49
4.1.1.3	Profil Responden berdasar Pekerjaan.....	50
4.1.2	Analisis Deskriptif	51

4.1.2.1	Hasil Uji Analisis Deskriptif Citra merek (X_1).....	51
4.1.2.2	Hasil Uji Analisis Deskriptif Kualitas produk (X_2).....	52
4.1.2.3	Hasil Uji Analisis Deskriptif Keputusan pembelian (Y).....	53
4.1.3	Hasil Uji Validitas.....	54
4.1.4	Hasil Uji Realibilitas Data.....	57
4.1.5	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	58
4.1.5.1	Hasil Uji Normalitas.....	58
4.1.5.2	Hasil Uji Kolmogorov – Smirnov.....	59
4.1.5.3	Hasil Uji Multikolinearitas.....	59
4.1.5.4	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	60
4.1.6	Hasil Uji Pengaruh.....	61
4.1.6.1	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	61
4.1.6.2	Koefisien Determinasi (R^2).....	62
4.1.7	Uji Hipotesis.....	63
4.1.7.1	Uji t.....	63
4.1.7.2	Hasil Uji F.....	64
4.2	Pembahasan.....	64
4.3	Implikasi Hasil Penelitian.....	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		68
5.1	Kesimpulan.....	68
5.2	Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		
Lampiran 1. Pendukung Penelitian		
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup		
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Invoice Penjualan	3
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	31
Gambar 4.1 Histogram	58
Gambar 4.2 P-P Plot	59

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Cek Kualitas	4
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian	34
Tabel 3.2 Rentang Skala	42
Tabel 4.1 Profil Responden berdasar jenis kelamin.....	48
Tabel 4.2 Profil Responden berdasar Usia	49
Tabel 4.3 Profil Responden berdasar Pendapatan.....	49
Tabel 4.4 Profil Responden berdasar Pekerjaan	50
Tabel 4.5 Tabel Rentang Skala	51
Tabel 4.6 Uji Deskriptif Citra merek (X_1).....	51
Tabel 4.7 Uji Deskriptif Kualitas produk (X_2)	52
Tabel 4.8 Uji Deskriptif Keputusan pembelian (Y).....	53
Tabel 4.9 Uji Validitas Citra merek (X_1).....	54
Tabel 4.10 Uji Validitas Kualitas produk (X_2)	55
Tabel 4.11 Uji Validitas Keputusan pembelian (Y).....	56
Tabel 4.12 Hasil Uji Realibilitas.....	57
Tabel 4.13 Hasil Uji Kolmogorov – Smirnov	59
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	60
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	61
Tabel 4.16 Hasil Koefisien Regresi	61
Tabel 4.17 Hasil R^2	62
Tabel 4.18 Hasil Uji t	63
Tabel 4.19 Hasil Uji F	64

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Rumus <i>Slovin</i>	35
Rumus 3.2 Uji Validitas	43
Rumus 3.3 Uji Regresi Linear Berganda.....	46