

**PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI DAN
KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PIPA PPR TORO PADA PT ASIA
PERTAMA ABADI**

SKRIPSI



**Oleh
Marcella Angelika
190910151**

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

**PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI DAN
KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PIPA PPR TORO PADA PT ASIA
PERTAMA ABADI**

SKRIPSI

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



**Oleh
Marcella Angelika
190910151**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Marcella Angelika
NPM : 190910151
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat dengan judul:

PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PIPA PPR TORO PADA PT ASIA PERTAMA ABADI

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, 27 Januari 2023



Marcella Angelika

190910151

**PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI DAN
KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PIPA PPR TORO PADA PT ASIA
PERTAMA ABADI**

SKRIPSI

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

**Oleh:
Marcella Angelika
190910151**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
Seperti tertera dibawah ini**

Batam, 27 Januari 2023



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



ABSTRAK

Teknik dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pengaruh parsial (uji T) dan simultan (uji F) antara variabel citra merek, promosi dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian di PT Asia Pertama Abadi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif dengan aplikasi kuantitatif, analisis data menggunakan program perangkat lunak SPSS versi 26. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada 112 responden. Hasil menunjukkan bahwa nilai R Square dari variabel citra merek, promosi dan kualitas informasi mempengaruhi keputusan pembelian sedangkan uji t untuk citra merek memiliki $2.276 > 1.982$ dan nilai signifikan $0.025 < \alpha 0.05$, promosi untuk memberikan nilai $2.745 > 1.982$ dan nilai signifikan $0.007 < \alpha 0.05$ dan kualitas informasi untuk memberikan nilai $3.354 > 1.982$ dan nilai signifikan $0.001 < \alpha 0.05$ masing-masing variabel memberikan efek yang signifikan pada keputusan pembelian dan hasil uji F terdiri dari nilai $59.711 > 2.69$ dan nilai signifikan $0.000 < 0.05$ yang menunjukkan bahwa citra merek, promosi dan kualitas informasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

Kata Kunci : Citra Merek, Promosi, Kualitas Informasi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The technique of this study was to identify the partial (T test) and simultaneous (F test) effects of brand image, promotion and information quality variables on purchasing decisions at PT Asia Pertama Abadi. The research method used is descriptive research method with quantitative applications, data analysis using the SPSS version 26 software program. Data collection techniques were carried out by distributing questionnaires to 112 respondents. The results show that the R Square value of brand image, promotion and information quality variables influences purchasing decisions while the t test for brand image has $2.276 > 1.982$ and a significant value of $0.025 < \alpha 0.05$, promotion to give a value of $2.745 > 1.982$ and a significant value of $0.007 < \alpha 0.05$ and quality of information to give a value of $3.354 > 1.982$ and a significant value of $0.001 < \alpha 0.05$ each variable has a significant effect on purchasing decisions and the results of the F test consist of a value of $59.711 > 2.69$ and a significant value of $0.000 < 0.005$ which indicates that brand image, promotion and the quality of information simultaneously has a significant effect on purchasing decisions.

Keywords : Brand Image, Promotion, Information Quality, Purchase Decision.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan 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 Universitas Putera Batam. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala 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 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 Tiurniari Purba, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
- 5 Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah berbagi ilmu pengetahuan dengan penulis.
- 6 Orang tua dan keluarga yang telah mendoakan dan memberi dukungan penuh kepada penulis.
- 7 Responden yang telah membantu penulis untuk mengisi kuesioner yang dapat membantu proses penelitian.
- 8 Teman-teman se-angkatan penulis yang telah membantu dan selalu menyemangati dalam pembuatan skripsi ini hingga selesai.

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

Batam, 27 Januari 2023



Marcella Angelika



DAFTAR ISI

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	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian	9
1.6 Manfaat Penelitian	10
1.6.1 Manfaat Teoritis	10
1.6.2 Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Kajian Teori	12
2.1.1 Citra Merek	12
2.1.1.1 Pengertian Citra Merek	12
2.1.1.2 Manfaat Citra Merek	13
2.1.1.3 Indikator Citra Merek.....	14
2.1.2 Promosi	14
2.1.2.1 Pengertian Promosi	14
2.1.2.2 Sarana Promosi	16
2.1.2.3 Indikator Promosi.....	17
2.1.3 Kualitas Informasi.....	17
2.1.3.1 Pengeritan Kualitas Informasi.....	17
2.1.3.2 Dimensi Kualitas Informasi	18
2.1.3.3 Indikator Kualitas Informasi	19
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	20
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	20
2.1.4.2 Dimensi Keputusan Pembelian	22

2.1.4.3 Indikator Keputusan Pembelian	22
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Kerangka Pemikiran.....	25
2.3.1 Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian.....	25
2.3.2 Pengaruh Promosi terhadap keputusan pembelian.....	25
2.3.3 Pengaruh kualitas informasi terhadap keputusan pembelian	25
2.4 Hipotesis.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Jenis Penelitian.....	28
3.2 Sifat Penelitian	28
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian.....	28
3.3.1 Lokasi Penelitian.....	28
3.3.2 Periode Penelitian.....	29
3.4 Populasi dan Sample	29
3.4.1 Populasi	29
3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sample.....	29
3.4.3 Teknik Sampling	30
3.5 Sumber Data.....	30
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.6.1 Pengertian Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.6.2 Alat Pengumpulan Data	31
3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	32
3.7.1 Variabel Independen (X).....	32
3.7.2 Variabel Dependen (Y)	32
3.8 Metode Analisis Data	34
3.8.1 Analisis Deskriptif	34
3.8.2 Uji Kualitas Data.....	35
3.8.2.1 Uji Validitas Data.....	35
3.8.2.2 Uji Reliabilitas	36
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	36
3.8.3.1 Uji Normalitas.....	36
3.8.3.2 Uji Multikolinearitas	37
3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	37
3.8.4 Uji pengaruh.....	38

3.8.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	38
3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R2)	39
3.9 Uji Hipotesis	40
3.9.1 Uji T	40
3.9.2 Uji F	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	42
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	42
4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	44
4.2.3 Profil Responden Berdasarkan Berapa Lama Menggunakan Pipa PPR Toro	45
4.2.4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	45
4.3 Deskripsi Jawaban Responden.....	46
4.3.1 Analisis Deskriptif	46
4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek (X ₁)	47
4.3.3 Analisis Deskriptif Variabel Promosi (X ₂)	48
4.3.4 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Informasi (X ₃)	50
4.3.5 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	52
4.4 Analisis Data	53
4.4.1 Hasil Uji Kualitas Data	53
4.4.1.1 Hasil Uji Validitas.....	53
4.4.1.2 Hasil Uji Reliabilitas	56
4.4.2 Hasil Uji Asumsi Klasik	56
4.4.2.1 Hasil Uji Normalitas	56
4.4.2.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	58
4.4.2.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	59
4.4.3 Hasil Uji Pengaruh	61
4.4.3.1 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	61
4.4.3.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	63
4.5 Pengujian Hipotesis.....	64
4.5.1 Uji T (Parsial).....	64
4.5.2 Uji F (Simultan)	65
4.6 Pembahasan.....	67
4.6.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	67

4.6.2 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	68
4.6.3 Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian	69
4.6.4 Pengaruh Citra Merek, Promosi dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian.....	69
4.7 Implikasi Hasil Penelitian	70
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	71
5.1 Simpulan	71
5.2 Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	73
LAMPIRAN	
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	
Lampiran 4. Hasil Turnitin	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	26
Gambar 4.1 Logo PT Asia Pertama Abadi	42
Gambar 4.2 Grafik Histogram	57
Gambar 4.3 Normal Probability Plot.....	57

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Pipa 2021.....	4
Tabel 1.2 Tabel Promosi PT Asia Pertama Abadi.....	5
Tabel 1.3 Data penjualan Pipa PPR Toro 2021	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	29
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i>	31
Tabel 3.3 Operasional Variabel Penelitian.....	33
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Berapa Lama Menggunakan Pipa PPR Toro	45
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	45
Tabel 4.5 Rentang Skala.....	47
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel Citra Merek	47
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel Promosi	48
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel Kualitas Informasi	50
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel Keputusan Pembeli...	52
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Citra merek	54
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	54
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Informasi	55
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan pembelian	55
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas	56
Tabel 4.15 Hasil One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	58
Tabel 4.16 Uji Multikolonieritas	59
Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas	60
Tabel 4.18 Regresi Linier Berganda.....	61
Tabel 4.19 Koefisien Determinasi (R^2)	63
Tabel 4.20 Uji T Parsial	64
Tabel 4.21 Hasil Uji Statistik F	66

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Rentang Skala	34
Rumus 3.2 Uji Validitas Korelasi <i>Pearson Product Moment</i>	35
Rumus 3.3 Cronbach Alpha	36
Rumus 3.4 Regresi”Linier Berganda	38
Rumus 3.5 Koefisien Determinasi (R^2)	39
Rumus 3.6 Uji T	40
Rumus 3.7 Uji F	41