

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK PADA PT TRIMITRA
WARNA JAYA**

SKRIPSI



**Oleh:
Raphael Romeo Lenardo
190910112**

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

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK PADA PT TRIMITRA
WARNA JAYA**

SKRIPSI

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



Oleh:

**Raphael Romeo Lenardo
190910112**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Raphael romeo lenardo
NPM : 190910112
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

“PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA PT TRIMITRA WARNA JAYA”

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, 14 Januari 2023



Raphael Romeo Lenardo
190910112

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK PADA PT TRIMITRA
WARNA JAYA**

SKRIPSI

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

**Oleh
Raphael Romeo Lenardo
190910112**

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

Batam, 14 Januari 2023



**Inda Sukati, S.E., M.Si., Ph.D.
Pembimbing**



ABSTRAK

Keputusan pembelian adalah suatu tindakan seseorang untuk memenuhi kebutuhannya dengan mempertimbangkan sebelum melakukan pembelian, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu (1) pengukuran citra merek, (2) kualitas produk, (3) promosi. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui apakah citra merek, kualitas produk dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah sampel 100 responden. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dan Uji kualitas data dengan uji validitas yang menyatakan semua pernyataan yang diberikan valid dan uji realibilitas diatas dari 0,60, dan uji hipotesis menggunakan uji t dan uji f. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sementara kualitas produk dan promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Citra merek, kualitas produk dan promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

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

ABSTRACT

Purchasing decision is a person's action to meet their needs by considering before making a purchase, there are several factors that influence purchasing decisions, namely (1) brand image measurement, (2) product quality, (3) promotion. The purpose of this research is to find out whether brand image, product quality and promotion influence purchasing decisions. This study used quantitative methods with a sample of 100 respondents. The data analysis method uses multiple linear regression analysis and tests the quality of the data with a validity test which states that all statements given are valid and the reliability test above is 0.60, and tests the hypothesis using the t test and f test. The results of the study show that brand image has no effect on purchasing decisions, while product quality and promotion have a positive effect on purchasing decisions. Brand image, product quality and promotion together influence purchasing decisions.

Keywords : *Brand Image, Product Quality, Promotion, Purchasing Decision*

KATA PENGANTAR

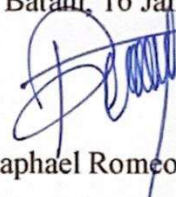
Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

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 terimakasih 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 Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Bapak Inda Sukati, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Bapak Asron Saputra, S.E., M.Si. selaku Pembimbing Akademik pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
6. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang sudah memberikan ilmu dan pengetahuan selama perkuliahan serta bimbingan kepada penulis.
7. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberikan doa dan dukungan.
8. Rekan yang selalu memberikan semangat dan masukan selama penyusunan tugas akhir terutama Robby , Didi Kuryanto, Kelson serta Gracia Angelica.
9. Ibu Christina selaku Manager HRD PT Trimitra Warna Jaya serta seluruh pelanggan PT Trimitra Warna Jaya yang ikut berpartisipasi.

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

Batam, 16 Januari 2023



(Raphael Romeo Lenardo)



DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Batasan Masalah.....	9
1.4 Rumusan Masalah.....	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	10
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Kajian Teori.....	12
2.1.1 Citra Merek.....	12
2.1.2 Kualitas Produk.....	17
2.1.3 Promosi.....	18
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	20
2.2 Peneliti Terdahulu.....	22
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
2.3.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	30
2.3.4 Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	31
2.4 Hipotesis.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Jenis 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.....	34
3.4 Populasi dan Sampel.....	34
3.4.1 Populasi.....	34
3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel.....	35
3.4.3 Teknik Sampling.....	36

3.5	Sumber Data.....	36
3.6	Metode Pengumpulan Data.....	37
3.7	Definisi Operasional Variabel Penelitian	37
3.8	Metode Analisis Data	39
3.8.1	Uji statistik deskriptif	39
3.8.2	Uji Kualitas Data.....	40
3.8.2.1	Uji Validitas	40
3.8.2.2	Uji Reliabilitas	41
3.8.3	Uji Asumsi Klasik	42
3.8.3.1	Uji Normalitas	42
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas	43
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas	44
3.8.4	Uji Pengaruh	44
3.8.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda	44
3.8.4.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	45
3.9	Uji Hipotesis	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		48
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	48
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden.....	48
4.2.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
4.2.2	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	49
4.2.3	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	51
4.2.4	Profil Responden Berdasarkan Pembelian Cat Asian Paints	52
4.2.5	Profil Responden Berdasarkan Jenis Pelanggan	53
4.3	Deskripsi Jawaban Responden.....	55
4.3.1	Citra Merek (X_1).....	55
4.3.2	Kualitas Produk (X_2)	56
4.3.3	Promosi (X_3)	58
4.3.4	Keputusan Pembelian (Y).....	59
4.4	Analisis Data	60
4.4.1	Hasil Uji Validitas Data.....	60
4.4.2	Hasil Uji Reliabilitas Data	64
4.4.3	Hasil Uji Asumsi Klasik	66
4.4.3.1	Hasil Uji Normalitas.....	66
4.4.3.2	Hasil Uji Multikolinearitas	69
4.4.3.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	70
4.4.4	Hasil Uji Pengaruh	71
4.4.4.1	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	71
4.4.4.2	Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	73
4.5	Pengujian Hipotesis	73
4.5.1	Hasil Uji t (Parsial).....	74
4.5.2	Hasil Uji F (Simultan)	75
4.6	Pembahasan.....	77
4.6.1	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada PT Trimitra Warna Jaya	77

4.6.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada PT Trimitra Warna Jaya	78
4.6.3 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada PT Trimitra Warna Jaya	79
4.6.4 Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk , dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada PT Trimitra Warna Jaya.....	80
4.7 Implikasi Hasil Penelitian.....	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	80
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	83
Lampiran 1. Pendukung Penelitian.....	83
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	122
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	123

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Grafik Batang Penjualan di PT Trimitra Warna Jaya	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	32
Gambar 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Gambar 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	50
Gambar 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan	51
Gambar 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pembelian Cat Asian Paints	53
Gambar 4.5 Profil Responden Berdasarkan Jenis Pelanggan	54
Gambar 4.6 Diagram Histogram	67
Gambar 4.7 Diagram NormalP-P Plot of Regression Standarized Residual	68

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 10 Cat terbaik dengan kinerja keuangan dan market terbesar di dunia ..	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian	34
Tabel 3.2 Penilaian jawaban berdasarkan Skala Likert.....	37
Tabel 3.3 Operasional Variabel	38
Tabel 3.4 Bobot rentang skala	40
Tabel 4.1 Profil Responden berdasarkan jenis kelamin	48
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	49
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	51
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pembelian Cat Asian Paints	52
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Jenis Pelanggan.....	53
Tabel 4.6 Indikator pada Variabel Citra Merek (X1).....	55
Tabel 4.7 Indikator pada Variabel Kualitas Produk (X2).....	56
Tabel 4.8 Indikator pada Variabel Promosi (X3).....	58
Tabel 4.9 Indikator pada Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	59
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Citra Merek.....	61
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	61
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Promosi.....	62
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	63
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek	64
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk.....	65
Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas Promosi	65
Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	66
Tabel 4.18 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov	68
Tabel 4.19 Hasil Uji Multikolinearitas.....	69
Tabel 4.20 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	70
Tabel 4.21 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	71
Tabel 4.22 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R ²)	73
Tabel 4.23 Hasil Uji t	74
Tabel 4.24 Hasil Uji F	76

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Sampel Cochran	35
Rumus 3.2 Rentang skala	39
Rumus 3.3 Uji validitas	41
Rumus 3.4 <i>Uji Reliabilitas Alfa Cronbach</i>	42
Rumus 3.5 Regresi Linear Berganda	45
Rumus 3.6 Uji t hitung	46
Rumus 3.7 Uji F hitung	47