

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MOBIL MAZDA PADA PT MAJESTY AUTO
DINAMIKA**

SKRIPSI



**Oleh:
Deddy Hendry
140910097**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MOBIL MAZDA PADA PT MAJESTY AUTO
DINAMIKA**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Deddy Hendry
140910097**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Deddy Hendry
NPM/NIP : 140910097
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 MOBIL MAZDA PADA PT MAJESTY AUTO DINAMIKA

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, 2 Februari 2018

Materai 6000

Deddy Hendry
140910097

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MOBIL MAZDA PADA PT MAJESTY AUTO
DINAMIKA**

SKRIPSI

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

**Oleh
Deddy Hendry
140910097**

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

Batam, 2 Februari 2018

Titik Efnita, S.E., M.M.

Pembimbing

ABSTRAK

Tingkat persaingan dunia usaha di Indonesia sangat ketat, karena setiap perusahaan senantiasa berusaha untuk dapat meningkatkan pangsa pasar dan meraih konsumen baru. Perusahaan harus dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan memenangkan persaingan sehingga tujuan dari perusahaan tersebut dapat tercapai. Pada dasarnya semakin banyak pesaing maka semakin banyak pula pilihan bagi pelanggan untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan harapannya. Sehingga konsekuensi dari perubahan tersebut adalah pelanggan menjadi lebih cermat dan pintar menghadapi setiap produk yang diluncurkan, indikator pada variabel kualitas produk yaitu kinerja, daya tahan, kesesuaian dengan spesifikasi, fitur, reliabilitas, estetika, kesan kualitas, indikator pada variabel citra merek yaitu citra perusahaan, citra produk, citra pemakai, dan indikator pada variabel keputusan pembelian yaitu kebutuhan dan keinginan akan suatu produk, keinginan mencoba, kemantapan akan kualitas suatu produk, keputusan pembelian ulang, Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berada di perusahaan Majesty Auto Dinamika sebesar 150 orang. Sampel penelitian adalah 109 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling*, dengan menggunakan rumus Slovin. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner. Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai kualitas produk $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikan $< 0,05$ berarti kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai citra merek $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikan $< 0,05$ berarti citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, Sedangkan hasil Uji F menunjukkan nilai diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan probabilitas (sig) sebesar $< 0,05$. Jadi secara simultan variabel kualitas produk, dan citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The level of business competition in Indonesia is very tight, because every company always try to increase market share and reach new consumer. The company must be able to determine the right marketing strategy so that its business can survive and win the competition so that the purpose of the company can be achieved. Basically the more competitors then the more choices for customers to be able to choose products that match their expectations. So the consequences of the change is the customer becomes more careful and smart to face every product launched, the indicator on product quality variables are performance, durability, conformity with specifications, features, reliability, aesthetics, quality impression, indicator on brand image variable that is corporate image , product image, user image, and indicator on the purchase decision variable is the need and desire for a product, the desire to try, the stability of the quality of a product, purchasing decision, the population in this study are consumers who are in the company Majesty Auto Dynamics of 150 people . The sample was 109 respondents. The sampling technique used is Purposive Sampling, using Slovin formula. The data were collected using questionnaires. The result of t test shows that product quality value of t_{table} and significant value $<0,05$ means product quality have positive and significant effect to purchasing decision. Thitung brand image value $>$ of t_{table} and significant value $<0,05$ means brand image have positive and significant effect to decision of purchasing, While result of F test show value obtained value $F_{count} > F_{table}$ and probability (sig) equal to $<0,05$. So simultaneously variable of product quality, and brand image significantly influence to purchasing decision.

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

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur 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 Fakultas 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 Suhardianto, S.Hum., M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Kaprodi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Ibu Titik Efnita, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam yang turut membimbing dan membantu penulis dalam penulisan skripsi ini.
5. Dosen dan staff Universitas Putera Batam yang selama ini sudah memberikan ilmu dan pengetahuan serta bimbingan kepada penulis.
6. Bapak A Lak selaku Manager PT Majesty Auto Dinamika yang telah memberikan izin kepada penulis untuk mengadakan penelitian di perusahaan.
7. Kedua orang tua yang telah memberikan doa yang tulus, semangat, dukungan, dan kepercayaan yang diberikan kepada penulis.
8. Bapak Efendi Maiko selaku *mentor* yang turut membimbing penulis dan memberi semangat kepada penulis dalam penulisan skripsi ini.
9. Teman-teman seperjuangan yang sudah memberikan masukan dan semangat dalam penyusunan skripsi.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah banyak membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

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

Batam, 2 Februari 2018

Deddy Hendry

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR RUMUS	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	8
1.3. Pembatasan Masalah	8
1.4. Perumusan 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

2.1. Teori	11
2.1.1. Kualitas produk	11
2.1.2. Citra Merek	17
2.1.3. Keputusan Pembelian.....	23
2.2. Penelitian Terdahulu.....	37
2.3. Kerangka Pemikiran	38
2.4. Hipotesis.....	39

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian	41
3.2. Operasional Variabel	42
3.2.1. Variabel Independen (Bebas).....	42
3.2.2. Variabel Dependen (Terikat).....	45
3.3. Populasi dan Sampel	47
3.3.1. Populasi.....	47
3.3.2. Sampel.....	48
3.4. Teknik Pengumpulan Data	49
3.4.1. Jenis-jenis Pengumpulan Data	50
3.4.2. Metode Pengumpulan Data	51
3.5. Metode Analisis Data	52
3.5.1. Analisis Deskriptif	53

3.5.2.	Uji Kualitas Data.....	53
3.5.3.	Uji Asumsi Klasik.....	57
3.5.4.	Uji Pengaruh	61
3.5.5.	Uji Hipotesis	63
3.6.	Lokasi dan Jadwal Penelitian	65
3.6.1.	Lokasi Penelitian.....	65
3.6.2.	Jadwal Penelitian.....	65
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1.	Profil Responden	66
4.1.1.	Profil Respoden Berdasarkan Usia.....	66
4.1.2.	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
4.1.3.	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	68
4.1.4.	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan	69
4.2.	Hasil Penelitian.....	70
4.2.1.	Analisis Deskriptif	70
4.2.2.	Uji Kualitas Data.....	82
4.2.3.	Uji Asumsi Klasik.....	86
4.2.4.	Hasil Uji Pengaruh	90
4.2.5.	Uji Hipotesis	93
4.3.	Pembahasan	95
4.3.1.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	95
4.3.2.	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	96
4.3.3.	Pengaruh Kualitas Produk, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	97
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN		
5.1.	Simpulan.....	98
5.2.	Saran.....	98
 DAFTAR PUSTAKA		100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	39
Gambar 4.1 Uji Normalitas dengan Histogram.....	86
Gambar 4.2 Uji Normalitas dengan Diagram <i>Normal P-P Plot</i>	87

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tingkat Penjualan Mobil di Kota Batam Tahun 2017	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	38
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	46
Tabel 3.2 Penentuan Skor Jawaban Kuesioner	52
Tabel 3.3 Indeks Koefisien Reliabilitas	57
Tabel 3.4 Jadwal Kegiatan Penelitian	65
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Usia	66
Tabel 4.2 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	68
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan	69
Tabel 4.5 Kriteria Analisis Deskriptif.....	70
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Kualitas Produk (X_1)..	71
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel Citra Merek (X_2)	76
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel Keputusan Pembelian (Y)	79
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X_1).....	82
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Citra Merek (X_2)	83
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	84
Tabel 4.12 Indeks Koefisien Reliabilitas	85
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas.....	85
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	88
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	89
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas	89
Tabel 4.17 Persamaan Regresi Berganda.....	91
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	92
Tabel 4.19 Hasil Uji T.....	93
Tabel 4.20 Hasil Uji F.....	94

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Rumus Slovin.....	48
Rumus 3.2 Korelasi Product Moment.....	54
Rumus 3.3 Uji Reliabilitas	56
Rumus 3.4 Regresi Linear Berganda	61
Rumus 3.5 Koefisien Determinasi (R^2).....	62
Rumus 3.6 Uji T.....	63
Rumus 3.7 Uji F.....	64
Rumus 4.1 Regresi Linear Berganda	90