

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP MINAT PEMBELIAN AIR
MINUM ATARIN DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh
Stefany
150910022**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2019**

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP MINAT PEMBELIAN AIR
MINUM ATARIN DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh
Stefany
150910022**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2019**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Stefany
NPM/NIP : 150910022
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

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

PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT PEMBELIAN AIR MINUM ATARIN DI KOTA BATAM

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, 02 Februari 2019

Materai 6000

Stefany
150910022

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP MINAT PEMBELIAN AIR
MINUM ATARIN DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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

**Oleh
Stefany
150910022**

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

Batam, 02 Februari 2019

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

ABSTRAK

Pada zaman modern ini, minat pembelian menjadi hal yang penting untuk diperhatikan perusahaan karena hal ini akan menjadi suatu pertimbangan bagaimana perusahaan membangun citra merek dan meningkatkan kualitas produk tersebut kepada konsumen. PT Tri Tirta Arga Jaya merupakan salah satu produsen air minum dalam kemasan, menggunakan kedua variabel tersebut untuk berusaha menguasai pangsa pasar. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap minat pembelian produk air minum Atarin. Penelitian ini menggunakan data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada 384 konsumen pada *supermarket* tertentu di Kota Batam. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan menggunakan rumus *Lemeshow*. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan model analisis regresi linear berganda. Penelitian ini menggunakan metode analisis data statistik dengan menggunakan SPSS versi 21. Dari hasil pengujian hipotesis dapat diketahui bahwa hipotesis pertama dalam penelitian ini ditolak. Hal ini dibuktikan dari hasil uji t diketahui bahwa nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel dengan nilai signifikan lebih besar dari *alpha*, hal ini menjelaskan bahwa variabel bebas citra merek berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap variabel terikat minat pembelian. Hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima. Hal ini dibuktikan dari hasil uji t diketahui bahwa nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel dengan nilai signifikan lebih kecil dari *alpha*, hal ini menjelaskan bahwa variabel bebas kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat minat pembelian. Hasil uji f menunjukkan bahwa nilai f hitung lebih besar dari f tabel dan nilai signifikan lebih kecil dari *alpha*, hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel bebas yakni citra merek dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat yakni minat pembelian konsumen.

Kata kunci: Citra merek, kualitas produk, minat pembelian

ABSTRACT

In this modern era, interest in purchasing is important to consider for companies because this will be a consideration why companies build brand image and improve product quality for consumers. PT Tri Tirta Arga Jaya is one of the bottled water producers, using both variables to gain market share. The purpose of this study is determining the effect of brand image and product quality on interest in purchasing Atarin bottled water. This study uses data which obtained from the results of distributing questionnaires to 384 consumers in certain supermarkets in Batam City. The sampling method is using the Lemeshow formula. This research is a quantitative study with a multiple linear regression analysis model. This study uses statistical data analysis methods using SPSS version 21. The first hypothesis in this study was rejected. This is evidenced from the results of the t test, it is known that the value of t count is smaller than the value of t table with significant value greater than α , this explains that the independent variable brand image has a negative and not significant effect on the dependent variable interest in purchasing. The second hypothesis in this study was accepted. This is evidenced from the results of t test is known that the value of t arithmetic greater than the value of t table with a significant value, it is explained that independent variable product quality has a positive and significant effect on the dependent variable interest in purchasing. The results of the f -test indicate that the f -calculated is greater than f -table with significant value smaller than α , this indicates that both independent variables, brand image and product quality have a positive and significant effect on the dependent variable, interest in purchasing.

Keywords: *brand image, product quality, interest in purchasing*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada 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 Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. 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. Rektor Universitas Putera Batam (Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si.);
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora (Bapak Suhardianto, S.Hum., M.Pd.);
3. Ketua Program Studi Manajemen (Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si.);
4. Bapak Suhardi, S.E., M.M.. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam;
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu dan wawasannya kepada penulis melalui materi pendidikan;
6. Seluruh konsumen di *supermarket-supermarket* yang sudah bekerja sama dan membantu dalam pengumpulan data untuk keperluan penelitian;
7. Orang tua dan saudara kandung peneliti yang senantiasa memberikan dukungan, semangat, dan perhatian yang luar biasa sangat berarti peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini;
8. Kepada seluruh teman-teman yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis baik berupa saran maupun kritik.

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

Batam, Februari 2019

Stefany

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	1
HALAMAN JUDUL	2
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Rumusan Masalah.....	5
1.4 Batasan Masalah	6
1.5 Tujuan Penelitian	6
1.6 Manfaat Penelitian	7
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.6.2 Manfaat Praktis	7
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Citra Merek.....	8
2.1.1.1 Pengertian Citra Merek.....	8
2.1.1.2 Komponen Citra Merek	9
2.1.1.3 Indikator Citra Merek.....	10
2.1.2 Kualitas Produk.....	11
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Produk.....	11
2.1.2.2 Tujuan Kualitas Produk	12
2.1.2.3 Indikator Kualitas Produk	12
2.1.3 Minat Pembelian	13

2.1.3.1	Pengertian Minat Pembelian	13
2.1.3.2	Tahapan Minat Pembelian Konsumen	14
2.1.3.3	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pembelian	15
2.1.3.4	Indikator Minat Pembelian	16
2.2	Penelitian Terdahulu	17
2.3	Kerangka Berpikir	19
2.4	Hipotesis	19
	METODE PENELITIAN	20
3.1	Desain Penelitian	20
3.2	Operasional Variabel	21
3.2.1	Variabel Bebas (<i>independent</i>)	21
3.2.1.1	Citra Merek	21
3.2.1.2	Kualitas Produk	22
3.2.2	Variabel Terikat (<i>dependent</i>)	22
3.3	Populasi & Sampel	23
3.3.1	Populasi	23
3.3.2	Sampel	24
3.4	Teknik dan Alat Pengumpulan Data	25
3.4.1	Teknik Pengumpulan Data	25
3.4.1.1	Angket (Kuesioner)	25
3.4.1.2	Observasi	26
3.4.2	Alat Pengumpulan Data	26
3.4.2.1	Data Primer	27
3.4.2.2	Data Sekunder	27
3.5	Analisis Deskriptif	27
3.6	Uji Kualitas Instrumen	29
3.6.1	Uji Validitas	29
3.6.2	Uji Reliabilitas	30
3.7	Uji Asumsi Klasik	31
3.7.1	Uji Normalitas	31
3.7.2	Uji Multikolinearitas	32
3.7.3	Uji Heterokedastisitas	33
3.8	Uji Pengaruh	33

3.8.1	Analisis Regresi Berganda.....	33
3.8.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	34
3.9	Uji Hipotesis	35
3.9.1	Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F).....	35
3.9.2	Pengujian Hipotesis Parsial (Uji T)	36
3.10	Lokasi dan Waktu Penelitian	37
3.10.1	Lokasi Penelitian.....	37
3.10.2	Waktu Penelitian.....	37
	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
4.1.	Profil Responden.....	38
4.1.1.	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
4.1.2.	Profil Responden Berdasarkan Usia	39
4.1.3.	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	40
4.1.4.	Profil Responden Berdasarkan Penghasilan.....	42
4.2.	Hasil Penelitian	43
4.2.1.	Analisis Deskriptif	44
4.2.1.1.	Citra Merek	44
4.2.1.2.	Kualitas Produk.....	45
4.2.1.3.	Minat Pembelian	47
4.2.2.	Hasil Uji Kualitas Data	49
4.2.2.1.	Uji Validitas.....	49
4.2.2.2.	Uji Reliabilitas	51
4.2.3.	Hasil Uji Asumsi Klasik	52
4.2.3.1.	Uji Normalitas.....	52
4.2.3.2.	Uji Multikolinearitas	55
4.2.3.3.	Uji Heteroskedastisitas.....	56
4.2.4.	Uji Pengaruh	57
4.2.4.1	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	57
4.2.4.2.	Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	59
4.2.4.3	Hasil Uji-t (Parsial).....	60
4.2.4.4	Hasil Uji f Simultan	61
4.3	Pembahasan	62
	KESIMPULAN DAN SARAN.....	65

5.1	Kesimpulan	65
5.2	Saran	66
	DAFTAR PUSTAKA	67
	RIWAYAT HIDUP	
	SURAT KETERANGAN PENELITIAN	
	LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Berpikir	19
4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	40
4.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan	41
4.4 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan	42
4.5 Diagram Histogram	52
4.6 Diagram <i>Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual</i>	53
4.7 <i>Scatter Plot</i>	54

DAFTAR TABEL

1.1 Data Penjualan Air Minum Atarin Ukuran 600 ml pada Top 100 Jodoh Tahun 2018.....	4
2.1 Penelitian Terdahulu	17
3.1 Variabel Independen & Dependen	23
3.2 Skala Likert	26
3.3 Rentang Skala.....	29
3.4 Jadwal Penelitian	37
4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	39
4.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	41
4.4 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan	42
4.5 Indikator Variabel Citra Merek (X_1).....	44
4.6 Indikator Variabel Kualitas Produk (X_2).....	45
4.7 Indikator Variabel Minat Pembelian (Y)	47
4.8 Hasil Uji Validitas Citra Merek	49
4.9 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	50
4.10 Hasil Uji Validitas Minat Pembelian	50
4.11 Hasil Uji Reliabilitas	51
4.12 Hasil Uji <i>Kolmogrov-Smirnov</i>	55
4.13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	56
4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	56
4.15 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	57
4.16 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	59
4.17 Hasil Uji-t (Parsial)	60
4.18 Hasil Uji-f (Simultan)	61

DAFTAR RUMUS

3.1 Rumus <i>Lemeshow</i>	24
3.2 Rentang Skala.....	28
3.3 Rumus <i>Product Moment Correlation</i>	29
3.4 Besaran Koefisien <i>Alpha Cronbach</i>	31
3.5 Analisis Regresi Berganda	34
3.6 Rumus Uji Determinasi	34
3.7 F Hitung	35
3.8 T Hitung	36