

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
LAPTOP ASUS DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Cristina
150910079**

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

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
LAPTOP ASUS DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Cristina
150910079**

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

SURAT PERNYATAAN

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkangelar akademik (sarjana, dan/atau magister), baik di Universitas PuteraBatam maupun di perguruan tinggi lain;
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian penulis sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing;
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis ataudipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkansebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dandicantumkan dalam daftar pustaka;
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudianhari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelaryang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yangberlaku di perguruan tinggi.

Batam, 29 Januari 2019
Yang membuat pernyataan,



Cristina
150910079

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
LAPTOP ASUS DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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

**Oleh
Cristina
150910079**

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

Batam, 29 Januari 2019



**Sri Afridola, S.E., M.M
Pembimbing**

ABSTRAK

Di era globalisasi ini, wawasan teknologi dan informasi terus berkembang. Perusahaan setiap merek laptop khususnya Asus dituntut untuk memberikan citra merek yang baik dan kualitas produk yang baik. Namun laptop Asus terdapat kendala karena terlalu cepat meng-*update* seri terbaru sehingga laptop Asus kurang memberi kesan citra yang kuat pada konsumen, sehingga dipandang negatif karena sering munculnya kecacatan seperti *performance* laptopnya menjadi lambat jika sudah digunakan beberapa bulan. Selain itu pada kualitas produk terutama bagian baterainya pada seri laptop Asus X441 yang sering bermasalah pada daya tahan baterainya yang bertahan sebentar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara simultan dan parsial variabel citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian laptop Asus di kota Batam. Metode penelitian ini menggunakan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah 1,252 dan mengambil sampel 294 responden di kota Batam. Pemrosesan data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji R Square, uji-f dan uji-t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek dan kualitas produk secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian laptop Asus di kota Batam. Untuk variabel citra merek, hasil nilai t hitung adalah $4,918 > 1,968$ t tabel dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Dan variabel kualitas produk nilai t hitung adalah $5,270 > 1,968$ t tabel dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan citra merek dan kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian laptop Asus di kota Batam. Selanjutnya hasil F hitung adalah $43,361 > 3,03$ F tabel dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan citra merek dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pembelian laptop Asus di kota Batam.

Kata kunci: Citra Merek; Kualitas Produk; Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

In this era of globalization, technological and information insights continue to develop. Every company brand, especially Asus, is required to provide a good brand image and good product quality. But Asus laptops have problems because they are too fast to update the latest series so that Asus laptops do not give the impression of a strong image to consumers, so it is considered negative because of frequent disability such as the performance of the laptop becomes slow if it has been used for several months. In addition to the quality of the product, especially the battery part of the Asus X441 laptop series which often has problems with the durability of the battery that lasts for a while. This study aims to determine the effect of simultaneous and partial variable brand image and product quality on purchasing decisions of Asus laptops in the city of Batam. This research method uses quantitative. The population of this study was 1.252 and took a sample of 294 respondents in the city of Batam. Data processing uses validity test, reliability test, classic assumption test, multiple linear regression, R Square test, f-test and t-test. The results showed that the brand image and product quality simultaneously and partially had an effect on the purchase decision of Asus laptops in the city of Batam. For the brand image variable, the result of the value of t count is $4.918 > 1.968$ t table with a significance of $0.000 < 0.05$. And the product quality variable value of t count is $5.270 > 1.968$ t table with a significance of $0.000 < 0.05$. So that it can be concluded that the brand image and product quality partially have a significant effect on the purchase decision of Asus laptops in the city of Batam. Furthermore, the results of F arithmetic are $43.361 > 3.03$ F tables with a significance of $0.000 < 0.05$, so it can be concluded that brand image and product quality simultaneously have a significant effect on purchasing decisions on buying Asus laptops in Batam city.

Keywords : *Brand Image; Product Quality; Purchase Decision.*

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. Ibu Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
3. Bapak Suhardianto, S.Hum., M.Pd selaku Ketua Dekan Universitas Putera Batam.
4. Ibu Sri Afridola, S.E., M.M selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam.
6. Orang Tua
7. Teman-teman terutama Charlis dan Jessy

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

Batam, 29 Januari 2019

Cristina

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Pembatasan Masalah.....	6
1.4 Rumusan Masalah.....	7
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	8
1.6.1. Manfaat Teoritis	8
1.6.2. Manfaat Praktis.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Teori Dasar.....	10
2.1.1. Citra Merek.....	10
2.1.1.1 Pengertian Citra Merek.....	10
2.1.1.2 Faktor – Faktor yang Memengaruhi Citra Merek.....	13
2.1.1.3 Hubungan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	13
2.1.1.4 Indikator Citra Merek	14
2.1.2. Kualitas Produk	14
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Produk	14
2.1.2.2 Dimensi Kualitas Produk.....	17
2.1.2.3 Tujuan Produk	19
2.1.2.4 Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	20

2.1.2.5	Indikator Kualitas Produk.....	21
2.1.3.	Keputusan Pembelian	21
2.1.3.1	Pengertian Keputusan Pembelian	21
2.1.3.2	Peranan Konsumen Dalam Mengambil Keputusan	23
2.1.3.3	Tahap – Tahap Dalam Proses Keputusan Pembelian	24
2.1.3.4	Faktor – Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian	25
2.1.3.5	Indikator – Indikator Keputusan Pembelian	27
2.1.3.6	Hubungan Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus di Kota Batam.....	29
2.2	Penelitian Terdahulu	29
2.3	Kerangka Pemikiran.....	32
2.4	Hipotesis	32
BAB III	METODE PENELITIAN	34
3.1	Desain Penelitian	34
3.2	Operasional Variabel.....	34
3.2.1.	Variabel Bebas (Independent Variable).....	35
3.2.1.1	Citra Merek.....	35
3.2.1.2	Kualitas Produk	35
3.2.2.	Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>).....	36
3.2.2.1	Keputusan Pembelian	36
3.3	Populasi dan Sampel	36
3.3.1.	Populasi	36
3.3.2.	Sampel	37
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.5	Metode Analisis Data.....	41
3.5.1.	Analisis Deskriptif	41
3.5.2.	Uji Kualitas Data	42
3.5.2.1	Uji Validitas.....	42
3.5.2.2	Uji Reliabilitas	43
3.5.3.	Uji Asumsi Klasik	44
3.5.3.1	Uji Normalitas	45
3.5.3.2	Uji Multikolineritas	45
3.5.3.3	Uji Heteroskedastisitas	46
3.5.4.	Uji Pengaruh.....	46
3.5.4.1	Uji Regresi Linear Berganda	46

3.5.4.2 Analisis Koefisien Determinasi	47
3.5.5. Uji Hipotesis	48
3.5.5.1 Uji t	49
3.5.5.2 Uji F	49
3.6 Lokasi Dan Jadwal Penelitian	50
3.6.1. Lokasi Penelitian	50
3.6.2. Jadwal Penelitian	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Hasil Penelitian	51
4.1.1. Profil Responden	51
4.1.1.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
4.1.1.2 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	52
4.1.1.3 Profil Responden Berdasarkan Usia	53
4.1.1.4 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	54
4.1.2. Hasil Analisis Deskriptif	54
4.1.2.1 Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek (X1)	55
4.1.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X ₂).....	56
4.1.2.3 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	57
4.1.3. Hasil Uji Kualitas Data	58
4.1.3.1 Hasil Uji Validitas Data.....	58
4.1.3.2 Hasil Uji Reliabilitas	60
4.1.4. Hasil Uji Asumsi Klasik	61
4.1.4.1 Hasil Uji Normalitas	61
4.1.4.2 Hasil Uji Multikolinearitas	64
4.1.4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	64
4.1.5. Hasil Uji Pengaruh.....	65
4.1.5.1 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	65
4.1.5.2 Hasil Uji Determinasi (R ²).....	67
4.1.6. Hasil Uji Hipotesis.....	67
4.1.6.1 Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t).....	67
4.1.6.2 Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji F).....	68
4.2 Pembahasan.....	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	71
5.1 Kesimpulan	71

5.2	Saran	71
DAFTAR PUSTAKA.....		73

SURAT IZIN PENELITIAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN 1.	Kuisisioner
LAMPIRAN 2.	Tabulasi Hasil Input Kuisisioner
LAMPIRAN 3.	Hasil Pengelolaan Data (Output SPSS)
LAMPIRAN 4.	Tabel R
LAMPIRAN 5.	Tabel F
LAMPIRAN 6.	Tabel T

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Proses Pembelian Lima Tahap.....	24
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	32
Gambar 4.1 Grafik Normal <i>Probability Plot</i>	62
Gambar 4.2 Kurva Normalitas (Histogram).....	62

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan Laptop Asus di Kota Batam Bulan Mei-Oktober 2018.....	5
Tabel 3.1 Tabel Operasional	36
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i> Pada Teknik Pengumpulan	40
Tabel 3.3 Rentang Skala Penelitian	42
Tabel 3.4 <i>Range</i> Validitas	43
Tabel 3.5 Indeks Koefisien Reliabilitas	44
Tabel 3.6 Jadwal Penelitian.....	50
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Usia	53
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	54
Tabel 4.5 Hasil Analisis Deskriptif X_1	55
Tabel 4.6 Hasil Analisis Deskriptif Variabel X_2	56
Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Y	57
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Citra Merek (X_1)	58
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X_2).....	59
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	60
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas.....	61
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov</i>	63
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	64
Tabel 4.14 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	65
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	66
Tabel 4.16 Hasil Uji Determinasi.....	67
Tabel 4.17 Hasil Uji t.....	68
Tabel 4.18 Hasil Uji F	69