

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA
MEREK DAN WORD OF MOUTH TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT MANDIRI
APOLINDO PERKASA**

SKRIPSI



Oleh
Linda Rubiani
190910006

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA
MEREK DAN WORD OF MOUTH TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT MANDIRI
APOLINDO PERKASA**

SKRIPSI

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



**Oleh :
Linda Rubiani
190910196**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya :

Nama : Linda Rubiani
NPM : 190910006
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

“Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Mandiri Apolindo Perkasa”

Adalah hasil karya dari sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam 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 pernyataan di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar sarjana 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, 24 Juli 2023

Yang membuat pernyataan



Linda Rubiani
190910006

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA
MEREK DAN WORD OF MOUTH TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT MANDIRI
APOLINDO PERKASA**


SKRIPSI

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

**Oleh :
Linda Rubiani
190910006**

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

Batam, 24 Juli 2023


Triana Ananda Rustam, S.E., M.M.
Pembimbing



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kualitas produk, citra merek, dan word of mouth yang mempengaruhi keputusan pembelian. Ukuran sampel penelitian adalah 147 orang, semuanya dipilih secara acak dan menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan informasi. Selanjutnya, SPSS versi 25 digunakan untuk melakukan analisis statistik seperti pengujian hipotesis, analisis korelasi, regresi berganda, dan pemeriksaan asumsi klasik dan kualitas data. Hasil pengujian menyatakan bahwa kualitas produk tentunya akan berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian, dengan nilai t hitung 2.123. Citra merek tidak mampu memberikan suatu pengaruh positif dan tidak signifikan pada keputusan pembelian, dengan hasil t hitung -0.457. word of mouth tentunya akan berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian, dengan hasil t hitung 4.787. Kemudian secara simultan kualitas produk, citra merek, dan word of mouth tentunya akan mampu memberi suatu pengaruh pada keputusan pembelian pada PT Mandiri Apolindo Perkasa sebesar 36,8% sesuai dengan data koefisien determinasi (R^2). Berdasarkan hasil uji tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas produk tentunya mampu memberi suatu dampak positif dan signifikan, citra merek tidak memiliki dampak positif dan tidak signifikan, word of mouth tentunya mampu memberi suatu positif dan signifikan, dan secara simultan kualitas produk, citra merek, dan word of mouth tentunya mampu memberi suatu pengaruh secara positif dan signifikan pada keputusan pembelian pada PT Mandiri Apolindo perkasa

Kata kunci : Kualitas Produk; Citra Merek; *Word Of Mouth*; Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out how product quality, brand image, and word of mouth influence purchasing decisions. The study sample size was 147 people, all of whom were randomly selected and used a questionnaire to collect information. Furthermore, SPSS version 25 is used to perform statistical analysis such as hypothesis testing, correlation analysis, multiple regression, and examination of classical assumptions and data quality. The test results state that product quality will certainly have a positive and significant effect on purchasing decisions, with a t value of 2.123. Brand image is not able to provide a positive and insignificant influence on purchasing decisions, with the result t count -0.457. word of mouth will certainly have a positive and significant effect on purchasing decisions, with the result t count 4,787. Then simultaneously product quality, brand image, and word of mouth will certainly be able to give an influence on purchasing decisions at PT Mandiri Apolindo Perkasa of 36.8% according to the coefficient of determination data (R²). Based on these test results it can be concluded that product quality is certainly capable of giving a positive and significant impact, brand image does not have a positive and insignificant impact, word of mouth is certainly able to provide a positive and significant, and simultaneously product quality, brand image, and word of mouth. mouth is certainly able to give a positive and significant influence on purchasing decisions at PT Mandiri Apolindo perkasa

Keywords : Product Quality; Brand Image; Word Of Mouth; Buying Decision

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan 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 Bisnis Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Untuk itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan., penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, 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 Fakultas;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. Selaku Ketua Program Studi;
4. Ibu Triana Ananda Rustam, S.E., M.M. Selaku pembimbing Skripsi pada ProgramStudi Manajemen Bisnis Universitas Putera Batam;
5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
6. Kedua Orang Tua Tercinta. Terima kasih atas segala doa, dukungan dan harapan kepada Penulis;
7. Responden yang telah bekerja sama dalam membantu pengumpulan data untuk keperluan penelitian;
8. Rekan-rekan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora dan Program Studi Manajemen angkatan 2019 yang selalu belajar bersama yang tidak sedikit bantuannya dan dorongan dalam aktivitas belajar penulis.

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

Batam,24 Juli 2023
Penulis

Linda Rubiani
190910006



Universitas Putera Batam

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	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	10
1.3 Batasan Masalah	10
1.4 Rumusan Masalah	11
1.5 Tujuan Penelitian.....	11
1.6 Manfaat Penelitian	12
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	12
1.6.2 Manfaat Praktis	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Kajian Teori.....	14
2.1.1 Kualitas Produk.....	14
2.1.1.1 Pengertian Kualitas Produk.....	14
2.1.1.2 Atribut Kualitas Produk.....	15
2.1.1.3 Tingkat Produk.....	16
2.1.1.4 Indikator Kualitas Produk.....	17
2.1.2 Citra Merek.....	18
2.1.2.1 Pengertian Citra Merek	18
2.1.2.2 Kategori Citra Merek	19
2.1.2.3 Tujuan Merek.....	20

2.1.2.4	Indikator Citra Merek.....	20
2.1.3	Word Of Mouth	21
2.1.3.1	Pengertian Word Of Mouth.....	21
2.1.3.2	Karakteristik Word Of Mouth	22
2.1.3.3	Model-Model Word Of Mouth.....	22
2.1.3.4	Indikator Word Of Mouth	23
2.1.4	Keputusan Pembelian	25
2.1.4.1	Pengertian Keputusan Pembelian	25
2.1.4.2	Faktor Faktor Keputusan Pembelian	26
2.1.4.3	Peranan Keputusan Pembelian.....	28
2.1.4.4	Indikator Keputusan Pembelian	29
2.2.	Penelitian Terdahulu	31
2.3.	Kerangka Pemikiran	33
2.4	Hipotesis Penelitian	36
BAB III	METODE PENELITIAN	37
3.1	Jenis Penelitian	37
3.2	Sifat Penelitian	37
3.3	Lokasi dan Jadwal Penelitian	37
3.3.1	Lokasi Penelitian.....	37
3.3.2	Jadwal Penelitian.....	38
3.4	Populasi dan Sampel	39
3.4.1	Populasi	39
3.4.2	Sampel	39
3.5	Sumber data.....	40
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.7	Operasional Variabel	41
3.7.1	Variabel Indenden	42
3.7.2	Variabel Dependen.....	42
3.8	Metode Analisis Data.....	43
3.8.1	Analisis Deskriptif	44
3.8.2	Uji Kualitas Data.....	45
3.8.2.1	Uji Validitas Data.....	46
3.8.2.2	Uji Reabilitas	47
3.8.3	Uji Asumsi Klasik	47

3.8.3.1	Uji Normalitas Data	47
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas	48
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas	48
3.8.4	Uji Pengaruh	48
3.8.4.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	48
3.8.4.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	49
3.9	Uji Hipotesis.....	50
3.9.1	Uji T	50
3.9.2	Uji F.....	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		52
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	52
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden	53
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan	54
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	54
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	55
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	56
4.3	Deskripsi Jawaban Responden	56
4.3.1	Deskripsi Variabel Kualitas Produk.....	57
4.3.2	Deskripsi Variabel Citra Merek	57
4.3.3	Deskripsi Variabel <i>Word Of Mouth</i>	58
4.3.4	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	59
4.4	Analisis Data	59
4.4.1	Hasil Uji Validitas Instrumen	60
4.4.1.1	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1).....	60
4.4.1.2	Hasil Uji Validitas Citra Merek (X2).....	60
4.4.1.3	Hasil Uji Validitas <i>Word Of Mouth</i> (X3)	61
4.4.1.4	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	61

4.5	Pengujian Hipotesis	67
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian	69
4.6.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	69
4.6.2	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	69
4.6.3	Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian	70
4.6.4	Pengaruh Kualitas Produk,Citra Merek, dan <i>Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian	70
4.7	Implikasi Hasil Penelitian	71
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		72
5.1	Simpulan	72
5.2	Saran	72

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

1. Pendukung Penelitian
2. Surat Izin Penelitian
3. Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	35
Gambar 4.1 Kurva <i>Histogram</i>	62
Gambar 4.2 P-P Plot.....	63
Gambar 4.3 <i>Scatterplot</i>	64

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jenis-Jenis Kacamata yang diretur	4
Tabel 1.2 Data penjualan Kacamata PT Mandiri Apolindo Perkasa	5
Tabel 1.3 Hasil Pra-survey Mengenai Word Of mouth Konsumen PT Mandiri Apolindo Perkasa.....	6
Tabel 1.4 Penjualan Kacamata di PT Mandiri Apolindo Perkasa selama 5 Tahun terakhir	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian	38
Tabel 3.2 Skala Likert	41
Tabel 3.3 Operasional Variabel Penelitian	42
Tabel 3.4 Rentang Skala.....	45
Tabel 4.1 Profil Responden berdasar Jenis kelamin	53
Tabel 4.2 Profil Responden berdasar Jenjang Pendidikan	54
Tabel 4.3 Profil Responden berdasar Usia	55
Tabel 4.4 Profil Responden berdasar Jenis Pekerjaan	55
Tabel 4.5 Profil Responden berdasar Pendapatan.....	56
Tabel 4.6 Kualitas Produk (X1)	57
Tabel 4.7 Citra Merek (X2)	58
Tabel 4.8 <i>Word Of Mouth</i> (X3)	58
Tabel 4.9 Keputusan Pembelian (Y)	59
Tabel 4.10 Uji validitas Kualias Produk (X1)	60
Tabel 4.11 Uji validitas Citra Merek (X2)	60
Tabel 4.12 Uji Validitas <i>Word Of Mouth</i> (X3).....	61
Tabel 4.13 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	61
Tabel 4.14 Hasil Uji Realibilitas.....	62
Tabel 4.15 Kolmogorov-Smirnov.....	63
Tabel 4.16 Hasil Multikolinearitas.....	64
Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas Model	65
Tabel 4.18 Hasil Koefisien Regresi	65
Tabel 4.19 Hasil R^2	67
Tabel 4.20 Hasil Uji t	67
Tabel 4.21 Hasil Uji F	68

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Rumus Slovin	39
Rumus 3.2 Rumus Rentang Skala	44
Rumus 3.3 Koefisien Kolerasi.....	46
Rumus 3.4 Regresi Linear Berganda	49
Rumus 3.5 Uji t.....	50
Rumus 3.6 Uji F.....	50