

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN BAN PADA PT ADABAN MAKMUR
SUKSES**

SKRIPSI



**Oleh:
James
200910047**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2024**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN BAN PADA PT ADABAN MAKMUR
SUKSES**

SKRIPSI

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



**Oleh:
James
200910047**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2024**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : James

NPM : 200910047

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

“Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Ban Pada PT Adaban Makmur Sukses”

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, 17 Juli 2024



James
200910047

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN BAN PADA PT ADABAN MAKMUR
SUKSES**

SKRIPSI

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

**Oleh
James
200910047**

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

Batam, 17 Juli 2024



**Dr. Realize, S.Kom., M.SI.
Pembimbing**



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh kualitas produk, citra merek, dan kegiatan promosi terhadap keputusan pembelian ban di PT Adaban Makmur Sukses. Metodologi yang diterapkan adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, melibatkan populasi sebanyak 318 pelanggan dari PT Adaban Makmur Sukses. Dengan menggunakan rumus Slovin dan metode simple random sampling, diambil sampel sebanyak 177 responden. Beragam uji statistik diterapkan dalam penelitian ini, seperti uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji pengaruh, dan uji hipotesis. Dari hasil analisis regresi linier berganda, ditemukan bahwa kualitas produk menyumbang 22,4% terhadap keputusan pembelian, citra merek menyumbang 29,1%, dan promosi berkontribusi sebesar 21,1%. Nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa ketiga variabel ini secara bersama-sama menjelaskan 55,6% variasi dalam keputusan pembelian. Uji t dan uji F yang dilakukan mengindikasikan bahwa kualitas produk, citra merek, dan promosi memiliki pengaruh signifikan dan positif baik secara individual maupun kolektif terhadap keputusan pembelian.

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

ABSTRACT

This research aims to evaluate the influence of product quality, brand image and promotional activities on tire purchasing decisions at PT Adaban Makmur Sukses. The methodology applied is descriptive with a quantitative approach, involving a population of 318 customers from PT Adaban Makmur Sukses. By using the Slovin formula and simple random sampling method, a sample of 177 respondents was taken. Various statistical tests were applied in this research, such as data quality tests, classical assumption tests, influence tests, and hypothesis tests. From the results of multiple linear regression analysis, it was found that product quality contributed 22.4% to purchasing decisions, brand image contributed 29.1%, and promotion contributed 21.1%. The coefficient of determination (R^2) value shows that these three variables together explain 55.6% of the variation in purchasing decisions. The t test and F test carried out indicate that product quality, brand image and promotion have a significant and positive influence both individually and collectively on purchasing decisions.

Keywords: *Brand Image, Product Quality, Promotion, Purchasing Decisions.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan tugas yang telah diberikan oleh pihak Universitas Putera Batam (UPB). Skripsi ini dibuat sebagai syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan, baik dari penulisan maupun tata bahasa yang digunakan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan wujud 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 Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Ibu Dr. Realize, S.Kom., M.Si. selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu dan wawasannya kepada penulis melalui materi perkuliahan.
6. Pihak responden yang telah memberikan penulis kemudahan waktu dan kesempatan dalam melakukan penelitian dan menyelesaikan skripsi ini.
7. Ayah dan Ibu penulis yang senantiasa mendukung penulis dalam segala hal yang penulis lakukan.
8. Teman-teman yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang senantiasa selalu membantu baik moral maupun materi, sehingga saya dapat melanjutkan penyusunan Skripsi ini hingga selesai pada akhirnya.

Semoga Tuhan membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu menyelesaikan Skripsi ini dengan melimpahkan rahmat dan karuniannya.

Batam, 17 Juli 2024



James



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
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
1.6.1 Secara Teoritis.....	10
1.6.2 Secara Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teori.....	13
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	13
2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	13
2.1.2 Kualitas Produk	14
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Produk.....	14
2.1.2.2 Manfaat Kualitas Produk.....	15
2.1.2.3 Indikator Kualitas Produk	19
2.1.3 Citra Merek	21
2.1.3.1 Pengertian Citra Merek	21
2.1.3.2 Faktor Citra Merek	22
2.1.3.3 Indikator Citra Merek.....	26
2.1.4 Promosi.....	27
2.1.4.1 Pengertian Promosi	27
2.1.4.2 Faktor Promosi	28
2.1.4.3 Indikator Promosi	30
2.1.5 Keputusan Pembelian	32
2.1.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	32
2.1.5.2 Faktor Keputusan Pembelian	33
2.1.5.3 Indikator Keputusan Pembelian	34
2.2 Penelitian Terdahulu	36
2.3 Kerangka Pemikiran	40
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	40

2.3.2	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	41
2.3.3	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	41
2.4	Hipotesis.....	42
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis Penelitian.....	44
3.2	Sifat Penelitian	44
3.3	Lokasi dan Periode Penelitian	45
3.3.1	Lokasi Penelitian	45
3.3.2	Periode Penelitian.....	45
3.4	Populasi dan Sampel	46
3.4.1	Populasi	46
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel.....	46
3.4.3	Teknik <i>Sampling</i>	48
3.5	Sumber Data	48
3.6	Metode Pengumpulan Data	50
3.6.1	Teknik Pengumpulan Data	50
3.6.2	Instrumen Pengumpulan Data	52
3.7	Definisi Operasional Variabel Penelitian	53
3.7.1	Variabel Independen (X).....	53
3.7.1.1	Kualitas Produk	54
3.7.1.2	Citra Merek	54
3.7.1.3	Promosi.....	55
3.7.2	Variabel Dependen (Y)	55
3.7.2.1	Keputusan Pembelian.....	55
3.8	Metode Analisis Data	56
3.8.1	Uji Statistik Deskriptif	56
3.8.2	Uji Kualitas Data.....	57
3.8.2.1	Uji Validitas	57
3.8.2.2	Uji Reliabilitas.....	58
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	59
3.8.3.1	Uji Normalitas	59
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas	60
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas	61
3.8.4	Uji Pengaruh.....	62
3.8.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	62
3.8.4.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	63
3.9	Uji Hipotesis.....	64
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji <i>t</i>	64
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji <i>F</i>	65
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	67
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden	67
4.2.1	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
4.2.2	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	68
4.2.3	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	69
4.2.4	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	69

4.3	Deskripsi Jawaban Responden	70
4.3.1	Deskriptif Kualitas Produk (X1)	71
4.3.2	Deskriptif Citra Merek (X2).....	72
4.3.3	Deskriptif Promosi (X3).....	73
4.3.4	Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)	75
4.4	Analisis Data	76
4.4.1	Uji Kualitas Data	76
4.4.1.1	Uji Validitas	76
4.4.1.2	Uji Reliabilitas.....	78
4.4.2	Uji Asumsi Klasik	79
4.4.2.1	Uji Normalitas	79
4.4.2.2	Uji Multikolinearitas	80
4.4.2.3	Uji Heteroskedastisitas	81
4.4.3	Uji Pengaruh.....	82
4.4.3.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	82
4.4.3.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	83
4.5	Pengujian Hipotesis.....	84
4.5.1	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	84
4.5.2	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji f.....	85
4.6	Pembahasan	86
4.6.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	86
4.6.2	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	87
4.6.3	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	88
4.6.4	Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	89
4.7	Implikasi Hasil Penelitian	90
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Simpulan.....	92
5.2	Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA		
Lampiran 1. Pendukung Penelitian		
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup		
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian		

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	42
Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas	81

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Konsumen PT Adaban Makmur Sukses Tahun 2023-2024	2
Tabel 1.2 Pengembalian Produk Ban PT Adaban Makmur Sukses	4
Tabel 1.3 Jenis Penghargaan PT Adaban Makmur Sukses	5
Tabel 1.4 Jenis Promosi Ban PT Adaban Makmur Sukses	7
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian	45
Tabel 3.2 Pemberian Skor Kuesioner	53
Tabel 3.3 Kategori Rentang Skala	57
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	68
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	69
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan	70
Tabel 4.5 Rentang Skala	71
Tabel 4.6 Deskriptif Kualitas Produk	71
Tabel 4.7 Deskriptif Citra Merek	72
Tabel 4.8 Deskriptif Promosi	74
Tabel 4.9 Deskriptif Keputusan Pembelian	75
Tabel 4.10 Uji Validitas Kualitas Produk (X1)	76
Tabel 4.11 Uji Validitas Citra Merek (X2)	77
Tabel 4.12 Uji Validitas Promosi (X3)	77
Tabel 4.13 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	78
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas	78
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	79
Tabel 4.16 Uji Multikolinearitas	80
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	82
Tabel 4.18 Hasil Uji Analisis Koefesien Determinasi (R^2)	83
Tabel 4.19 Hasil Uji t (Parsial)	84
Tabel 4.20 Hasil Uji f (Simultan)	86

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 <i>Slovin</i>	47
Rumus 3.2 Rentang Skala	56
Rumus 3.3 <i>Pearson Correlation</i>	58
Rumus 3.4 <i>Alpha Crobach</i>	59
Rumus 3.5 Regresi Linier Berganda	62
Rumus 3.6 Koefisien Determinasi	64
Rumus 3.7 Uji t	65
Rumus 3.8 Uji f	66