

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN
ASOSIASI MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI DAILY'S BAKERY BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Andi
200910048**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN
ASOSIASI MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI DAILY'S BAKERY BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Andi
200910048**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Andi

NPM 200910048

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

“Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Daily’s Bakery 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, 24 Januari 2025



Andi
200910048

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN
ASOSIASI MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI DAILY'S BAKERY BATAM**

SKRIPSI

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

**Oleh
Andi
200910048**

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

Batam, 24 Januari 2025



**David Humala Sitorus., S.E., M.M.
Pembimbing**



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, promosi, dan asosiasi merek terhadap keputusan pembelian di Daily's Bakery Batam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis deskriptif. Populasi dalam penelitian ini merupakan pelanggan Daily's Bakery Batam yang tidak diketahui secara pasti dan teknik penentuan besar sampel menggunakan rumus *Lemeshow* yang menghasilkan 100 responden. Teknik analisis data menggunakan uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji pengaruh dan uji hipotesis. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 15,6%. Promosi mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 31,0% dan asosiasi merek mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 23,6%. Temuan analisis koefisien determinasi (R^2) mengungkapkan bahwa kualitas produk, promosi, dan asosiasi merek menjelaskan keputusan pembelian sebesar 82,3%. Temuan uji t dan uji F memperkuat hasil penelitian dengan menyebutkan bahwa kualitas produk, promosi, dan asosiasi merek berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun secara simultan terhadap keputusan pembelian.

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

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of product quality, promotion, and brand association on purchasing decisions at Daily's Bakery Batam. This study uses a quantitative approach with a descriptive type. The population in this study were customers of Daily's Bakery Batam who were not known for certain and the technique for determining the sample size used the Lemeshow formula which resulted in 100 respondents. The data analysis technique used data quality tests, classical assumption tests, influence tests and hypothesis tests. The results of multiple linear regression analysis showed that product quality influenced purchasing decisions by 15.6%. Promotion influenced purchasing decisions by 31.0% and brand association influenced purchasing decisions by 23.6%. The findings of the determination coefficient analysis (R^2) revealed that product quality, promotion, and brand association explained purchasing decisions by 82.3%. The findings of the t-test and F-test strengthened the results of the study by stating that product quality, promotion, and brand association had a positive and significant effect both partially and simultaneously on purchasing decisions.

Keywords: *Brand Association, Product Quality, Promotion, Purchasing Decision.*

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. Bapak David Humala Sitorus., S.E., M.M. 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, 24 Januari 2025

Andi



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.....	2
1.2 Identifikasi Masalah	11
1.3 Batasan Masalah	11
1.4 Rumusan Masalah.....	12
1.5 Tujuan Penelitian	12
1.6 Manfaat Penelitian	13
1.6.1 Secara Teoritis	13
1.6.2 Secara Praktis	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teori.....	13
2.1.1 Kualitas Produk	13
2.1.1.1 Pengertian Kualitas Produk	13
2.1.1.2 Aspek Kualitas Produk	15
2.1.1.3 Indikator Kualitas Produk.....	16
2.1.2 Promosi.....	18
2.1.2.1 Pengertian Promosi.....	18
2.1.2.2 Jenis Promosi.....	20
2.1.2.3 Efektivitas Promosi.....	21
2.1.3 Asosiasi Merek	22
2.1.3.1 Pengertian Asosiasi Merek	22
2.1.3.2 Jenis Asosiasi Merek	23
2.1.3.3 Indikator Asosiasi Merek.....	24
2.1.4 Keputusan Pembelian	25
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian	25
2.1.4.2 Faktor-Faktor Dalam Keputusan Pembelian	26
2.1.4.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	27
2.2 Penelitian Terdahulu.....	28
2.3 Kerangka Pemikiran	31
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	31
2.3.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.3.3 Pengaruh Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian	32
2.4 Hipotesis	33

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian	33
3.2	Sifat Penelitian.....	33
3.3	Lokasi dan Periode Penelitian	33
3.3.1	Lokasi Penelitian	33
3.3.2	Periode Penelitian	34
3.4	Populasi dan Sampel.....	34
3.4.1	Populasi	34
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel	35
3.4.3	Teknik <i>Sampling</i>	35
3.5	Sumber Data	36
3.6	Metode Pengumpulan Data	37
3.7	Definisi Operasional Variabel Penelitian	37
3.8	Metode Analisis Data	39
3.8.1	Uji Statistik Deskriptif.....	39
3.8.2	Uji Kualitas Data	40
3.8.2.1	Uji Validitas.....	40
3.8.2.2	Uji Reliabilitas	41
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	42
3.8.3.1	Uji Normalitas	42
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas	43
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	44
3.8.4	Uji Pengaruh	44
3.8.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda	44
3.8.4.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	45
3.9	Uji Hipotesis	45
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t	45
3.9.2	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F.....	46

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	48
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden	49
4.2.1	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
4.2.2	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	49
4.2.3	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian	50
4.2.4	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	51
4.3	Deskripsi Jawaban Responden	52
4.3.1	Deskriptif Kualitas Produk (X1).....	52
4.3.2	Deskriptif Promosi (X2)	54
4.3.3	Deskriptif Asosiasi Merek (X3).....	55
4.3.4	Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)	57
4.4	Analisis Data.....	59
4.4.1	Uji Kualitas Data	59
4.4.1.1	Uji Validitas	59
4.4.1.2	Uji Reliabilitas	62
4.4.2	Uji Asumsi Klasik	63
4.4.2.1	Uji Normalitas	63
4.4.2.2	Uji Multikolinearitas.....	66

4.4.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	67
4.4.3 Uji Pengaruh	68
4.4.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	68
4.4.3.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	69
4.5 Pengujian Hipotesis	70
4.5.1 Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	70
4.5.2 Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F.....	72
4.6 Pembahasan	73
4.6.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	73
4.6.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	74
4.6.3 Pengaruh Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian	75
4.6.4 Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian	76
4.7 Implikasi Hasil Penelitian.....	77
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	78
5.2 Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	81
Lampiran 1. Pendukung Penelitian	
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Produk Daily's Bakery.....	7
Gambar 1.2 Grafik Hasil Survey Kualitas Produk dari Daily's Bakery dengan Total Sebanyak 30 Konsumen.....	8
Gambar 1.3 Grafik Hasil Survey Asosiasi merek dari Daily's Bakery dengan Total Sebanyak 40 Konsumen.....	9
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	33
Gambar 4.1 Uji Normalitas Dengan Histogram	63
Gambar 4.2 Uji Normalitas Dengan Diagram <i>Normal P-P Plot</i>	64
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas	67

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Promosi penjualan Roti Manis, Roti Abon dan Roti Tawar Daily's Bakery Periode September – Oktober 2024	7
Tabel 1.2 Omset Penjualan Daily's Bakery Batam Tahun 2024	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian	34
Tabel 3.3 Operasional Variabel	38
Tabel 3.4 Kategori Rentang Skala	40
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian	50
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan	51
Tabel 4.5 Rentang Skala	52
Tabel 4.6 Deskriptif Kualitas Produk	52
Tabel 4.7 Deskriptif Promosi.....	54
Tabel 4.8 Deskriptif Asosiasi Merek	56
Tabel 4.9 Deskriptif Keputusan Pembelian	57
Tabel 4.10 Uji Validitas Kualitas Produk (X1)	59
Tabel 4.11 Uji Validitas Promosi (X2).....	60
Tabel 4.12 Uji Validitas Asosiasi Merek (X3)	60
Tabel 4.13 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	61
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas	62
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	65
Tabel 4.16 Uji Multikolinearitas.....	66
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	68
Tabel 4.18 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	69
Tabel 4.19 Hasil Uji t (Parsial)	70
Tabel 4.20 Hasil Uji f (Simultan)	72

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 <i>Lameshow</i>	36
Rumus 3.2 Rentang Skala.....	39
Rumus 3.3 <i>Pearson Correlation</i>	41
Rumus 3.4 <i>Alpha Crobach</i>	42
Rumus 3.5 Regresi Linear Berganda	44
Rumus 3.6 Uji t.....	46
Rumus 3.7 Uji f.....	47