

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPATU MEREK CONVERSE DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



Oleh
Andreas Putra Sakti Marpaung
170910293

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2021**

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU
MEREK CONVERSE DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



Oleh:

**Andreas Putra Sakti Marpaung
170910293**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS
FALKUTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2021**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Andreas Putra Sakti Marpaung

NPM : 170910293

Fakultas : Ilmu Sosial Dan Humaniora

Program Studi : Manajemen Bisnis

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

“PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK CONVERSE DI KOTA BATAM”

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan penulis, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis dikutip di dalam 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 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, 28 Januari 2021



Andreas Putra Sakti Marpaung
170910293

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK CONVERSE DI KOTA
BATAM**

SKRIPSI

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

**Oleh
Andreas Putra Sakti Marpaung
170910293**

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

Batam, 28 Januari 2021


Raymond, S.E. M.Sc.
Pembimbing

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu merek Converse di Kota Batam. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Adapun populasi dari penelitian ini yang pernah membeli dan menggunakan sepatu merek Converse dengan jumlah sampel yang tidak diketahui. Teknik sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling* yaitu dengan memiliki kriteria-kriteria tertentu untuk dijadikan sampel. Pengolahan data menggunakan program komputer SPSS versi 25. Adapun metode analisi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji asumsi klasik, analisis regresi berganda dan uji hipotesis. Hasil analisis dari penelitian ini yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan baik secara parsial dan simultan dari citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu merek Converse di Kota Batam.

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

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of brand image and product quality on purchasing decisions for converse brand shoes in batam city. This research uses quantitative methods. The population of this study who had bought and used converse shoes with an unknown sample size. The sample technique used is purposive sampling, namely by having certain criteria to be sampled. Data processing used the spss version 25 computer program. The analysis method used in this study is the classical assumption test, multiple regression analysis and hypothesis testing. The results of the analysis of this study are that there is a positive and significant influence both partially and simultaneously of brand image and product quality on purchasing decisions for converse brand shoes in batam city.

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

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga dapat menyelesaikan laporan tugas akhir atau skripsi 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 kata sempurna Oleh 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 Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Dr.Hendri Herman, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora di Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Bapak Raymond, S.E., M.Sc selaku dosen pembimbing skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam.
6. Kedua orang tua, Bapak Marulak Marpaung Dan Ibu Omsaria Butar-Butar yang selalu mendoakan, perhatian, menyayangi, dan menyemangati.
7. Kepada seluruh teman-teman yang senantiasa membantu penulis baik berupa saran maupun kritikan.
8. Kepada semua responden yang sudah mengisi kuesioner yang namanya tidak bisa disebutkan satu per satu.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan Berkatnya, Amin.

Batam, 28 Januari 2020



Andreas Putra Sakti Marpaung

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	9
1.3. Batasan Masalah.....	9
1.4. Rumusan Masalah	9
1.5. Tujuan Penelitian	10
1.6. Manfaat Penelitian	10
1.6.1 Manfaat Teoritis	10
1.6.2. Manfaat Praktis	11
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Teori Dasar	12
2.1.1. Citra Merek	12
2.2.1. Kualitas Produk.....	14
2.3.1. Keputusan Pembelian.....	17
2.2. Penelitian Terdahulu	20
2.3. Hubungan Antar Variabel	24
2.3.1. Hubungan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	24
2.3.2. Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	24
2.4. Kerangka Pemikiran	24
2.5. Hipotesis	25
BAB III	27
METODE PENELITIAN	27
3.1. Desain Penelitian.....	27
3.2. Operasional Variabel.....	27

3.2.1. Variabel Independen	28
3.2.2 Variabel Dependen.....	29
3.3 Populasi Dan Sampel	30
3.3.1. Populasi.....	30
3.3.2 Sampel.....	30
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.5. Metode Analisis Data.....	33
3.5.1. Analisis Deskriptif	33
3.5.2. Uji Kualitas Data.....	33
3.5.3. Uji Asumsi Klasik.....	35
3.5.4. Uji Pengaruh	37
3.5.5. Uji Hipotesis	38
3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian	40
3.6.1. Lokasi Penelitian.....	40
3.6.2. Jadwal Penelitian.....	40
BAB IV	42
HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1. Hasil Penelitian	42
4.1.1. Profil Responden.....	42
4.1.2. Analisis Deskriptif Variabel Independen	45
4.1.3. Analisis Deskriptif Variabel Dependen	49
4.1.4. Uji Kualitas Data.....	53
4.1.5. Uji Asumsi Klasik.....	55
4.1.6. Uji Pengaruh	60
4.1.7. Uji Hipotesis	63
4.2. Pembahasan.....	65
4.2.1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	65
4.2.2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	66
4.2.3. Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	66
BAB V.....	67
SIMPULAN DAN SARAN	67
5.1. Simpulan	67
5.2. Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN.....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	25
Gambar 4. 1 Histogram	56
Gambar 4. 2 Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual.....	57

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 <i>Top Brand For Teens Index 2018-2020</i>	4
Tabel 1. 2 Hasil Pertanyaan Dari Pra Survei	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3. 1 Variabel X (Citra Merek Dan Kualitas Produk).....	28
Tabel 3. 2 Operasional Variabel Y (Keputusan Pembelian)	29
Tabel 3. 3 Skala Likert	32
Tabel 3. 4 Jadwal Penelitian.....	40
Tabel 4. 1 Data Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 4. 2 Data responden berdasarkan jenis kelamin	43
Tabel 4. 3 Data responden berdasarkan pekerjaan	44
Tabel 4. 4 Hasil Analisis Uji Deskriptif Variabel Citra Merek (X1)	45
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Uji Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X2).....	47
Tabel 4. 6 Hasil Analisis Uji Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	50
Tabel 4. 7 Hasil Pengujian Validitas	54
Tabel 4. 8 Hasil Pengujian Realibilitas	55
Tabel 4. 9 Hasil Uji Kolmogrov-Smirnov	58
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	59
Tabel 4. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)	60
Tabel 4. 12 Hasil Regresi Linear Berganda.....	61
Tabel 4. 13 Koefisien Determinasi(R ²)	62
Tabel 4. 14 Hasil Uji T	63
Tabel 4. 15 Hasil Uji F	64

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1 <i>Lemeshow</i>	31
Rumus 3. 2 Korelasi Product Moment.....	34
Rumus 3. 3 <i>Cronbach Alpha</i>	34
Rumus 3. 4 Regresi Linear Berganda.....	37
Rumus 3. 5 Koefisien Determinasi	38
Rumus 3. 6 T hitung.....	39
Rumus 3. 7 Uji F	40