

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN BRAND IMAGE
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
ACCU PT. NIPRESS**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
Nama : Eka Febriyanti
NIM : 43113310100
MERCU BUANA**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA
2017**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN BRAND
IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ACCU PT. NIPRESS**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Mercu Buana



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Nama : Eka Febriyanti
NIM : 43113310100

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA**

2017

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Eka Febriyanti
NIM : 43113310100
Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (Penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 24 Juli 2017



Eka Febriyanti
Nim : 43113310100

U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Eka Febriyanti
NIM : 43113310100
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap
Keputusan Pembelian Accu PT. NIPRESS
Tanggal Lulus Ujian : 07 September 2017

Disahkan Oleh :

Pembimbing Skripsi,

Ketua Penguji



Nur Aisyah F. Pulungan, SE., MM

Tanggal : 23 September 2017



Prof. Dr. Ngadino Surip, MS

Tanggal : 26 September 2017

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA

Tanggal : 25 September 2017



Dudi Permana, MM, Ph.D

Tanggal : 25/9/2017

ABSTRACT

This research is to know what Influence of Product Quality and Brand Image to Purchase Decision of PT. NIPRESS Motor Accu. The object of this research is Accu Motor's cosumen at PT. NIPRESS. This research was conducted on 68 respondents by using quantitative descriptive approach. Therefore, the data analysis used is statistical analysis in the form of multiple linear regression test. The results of this study show that partially and simultaneously, the variable of Quality and Brand Image influence on Purchasing Decision of Accu Motor PT. NIPRESS. While the partial test results (Test T) shows that the Brand image partially affect the purchase decision Accu Motor PT. NIPRESS. This is indicated by the t test obtained t count < ttable (2.271 > 1.997), so Ho is rejected. Product Quality partially influence to the purchasing decision of Accu Motor PT. NIPRESS. This is indicated by the t test obtained tcount > ttable (2.190 > 1.997), so Ho is rejected. The value of t arithmetic positive, it means a positive effect that is increasing the quality of products and Brand image then the increasing purchasing decision Accu motor PT. NIPRESS.

Keywords: Product Quality, Brand Image, Purchase Decision



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui apakah Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Accu Motor PT. NIPRESS. Objek penelitian ini adalah konsumen Accu Motor di PT. NIPRESS. Penelitian ini dilakukan terhadap 68 responden dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Karena itu, analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk uji regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan, variabel Kualitas dan *Brand Image* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Accu Motor PT. NIPRESS. Sedangkan hasil uji parsial (Uji T) menunjukkan bahwa *brand image* secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian Accu Motor PT. NIPRESS. Hal ini ditunjukkan oleh uji t yang didapat nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($2,271 > 1,997$), sehingga H_0 ditolak. Kualitas Produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian Accu Motor PT. NIPRESS. Hal ini ditunjukkan oleh uji t yang didapat nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,190 > 1,997$), sehingga H_0 ditolak. Nilai t hitung positif, artinya berpengaruh positif yaitu semakin meningkat kualitas produk dan *Brand image* maka semakin meningkat keputusan pembelian Accu motor PT. NIPRESS.

Kata Kunci : Kualitas Produk, *Brand Image*, Keputusan Pembelian



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Accu PT. NIPRESS”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Peneliti menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Ibu Nur Aisyah F. Pulungan, SE., MM., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti haturkan alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi terutama kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, MM, Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Muhammad M, SE, MM selaku Sekretaris Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Kampus D.

5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Bekasi yang telah memberikan segenap ilmunya.
6. Pimpinan, Karyawan dan Konsumen PT. NIPRESS, yang telah membantu memberikan informasi serta data-datanya yang penulis perlukan dalam penyusunan skripsi.
7. Kedua orang tua tercinta, serta adik yang sangat peneliti cintai dan sayangi, yang telah menemani, memberikan semangat dan doa yang tiada henti-hentinya kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.
8. Seluruh rekan seperjuangan mahasiswa dan mahasiswi Manajemen 2013 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Bekasi yang telah memberikan semangat dan motivasi agar dapat melaksanakan sidang dan wisuda bersama.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya waktu. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti.

U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

Jakarta, 24 Juli 2017

Peneliti

Eka Febriyanti

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	5
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	5
1. Tujuan Penelitian	5
2. Kontribusi Penelitian	6
 BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka.....	7
1. Keputusan Pembelian.....	7
2. Kualitas Produk	12
3. Brand Image	15
4. Penelitian Terdahulu.....	19
B. Rerangka Pemikiran.....	28
C. Pengembangan Hipotesis	30
 BAB III METODE PENELITIAN	
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	31
B. Desain Penelitian.....	32
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	33
1. Definisi Variabel	33
2. Operasionalisasi Variabel.....	34
D. Pengukuran Variabel.....	35
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	36
1. Populasi Penelitian	36
2. Sampel Penelitian	36
F. Teknik Pengumpulan Data	36
G. Metode Analisis	37

1. Statistik Deskriptif.....	37
2. Uji Kualitas Data.....	38
a. Uji Validitas.....	38
b. Uji Reliabilitas.....	38
3. Uji Asumsi Klasik.....	39
a. Uji Normalitas.....	39
b. Uji Multikolonieritas.....	40
c. Uji Heteroskedastisitas.....	41
4. Uji Kesesuaian Model.....	42
a. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	42
b. Uji F Anova.....	42
5. Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	43
6. Uji Hipotesis.....	44
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	45
1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	46
2. Karakteristik Profil Responden.....	46
a. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	47
b. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
c. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	48
B. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	49
C. Hasil Uji Kualitas Data.....	50
1. Hasil Uji Validitas.....	51
2. Hasil Uji Reliabilitas.....	54
D. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	55
1. Hasil Uji Normalitas.....	55
2. Hasil Uji Multikolonieritas.....	56
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	57
E. Hasil Uji Ketepatan Model.....	58
1. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	58
2. Uji F Anova.....	59
F. Hasil Uji Persamaan Linier Berganda.....	60
G. Hasil Uji Hipotesis.....	61
1. Uji signifikansi Individual (Uji Statistik t).....	61
H. Pembahasan Hasil Penelitian.....	62

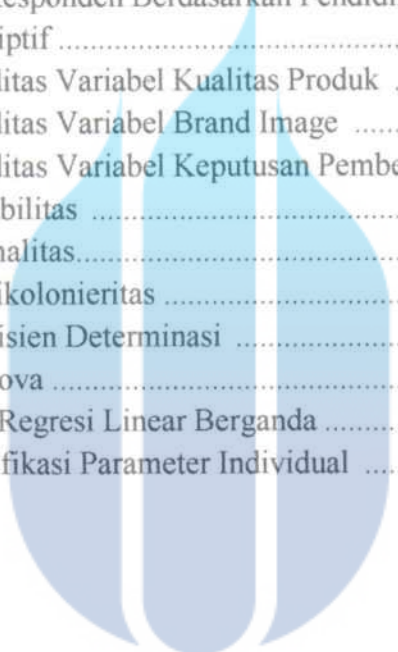
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
	A. Kesimpulan	64
	B. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA		66
LAMPIRAN		



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

NO	Keterangan	Halaman
1.1	Laporan Penjualan dan Claim PT. Nipress. Tbk.....	1
2.1	Penelitian Terdahulu.....	25
3.1	Operasional Variabel.....	35
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	47
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	48
4.4	Statistik Deskriptif	49
4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	51
4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Brand Image	52
4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	53
4.8	Hasil Uji Reliabilitas	54
4.9	Hasil Uji Normalitas.....	55
4.10	Hasil Uji Multikolonieritas	56
4.11	Hasil Uji Koefisien Determinasi	59
4.12	Hasil Uji F Anova	59
4.13	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	60
4.14	Hasil Uji Signifikasi Parameter Individual	61


 UNIVERSITAS
 MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

NO	Keterangan	Halaman
2.1	Rerangka Pemikiran.....	29
4.1	Grafik Scatterplot.....	58



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

	Keterangan	Halaman
Lampiran 1	Kuesioner	67
Lampiran 2	Hasil Kuesioner.....	72
Lampiran 3	Hasil Statistik Deskriptif.....	80
Lampiran 4	Hasil Uji Validitas.....	81
Lampiran 5	Hasil Uji Reliabilitas.....	86
Lampiran 6	Hasil Uji Asumsi Klasik	87
Lampiran 7	Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	89
Lampiran 8	Uji Kesesuaian Model.....	90



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA