

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE*, DAN
BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR
MINUM DALAM KEMASAN (AMDK) AQUA PADA
MAHASISWA UNIVERSITAS MERCU BUANA KAMPUS D**

SKRIPSI

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



Nama : ERNI YULIANTI

NIM : 43113310018

Program Studi Manajemen

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2018

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Erni Yulianti

NIM : 43113310018

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, Juli 2017



Erni Yulianti

NIM : 43113310018

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Erni Yulianti
NIM : 43113310018
Program Studi : S1 Manajemen
Judul : Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image*, dan
Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Air
Minum Dalam Kemasan (AMDK) AQUA
Tanggal Lulus Ujian : 28 Agustus 2017

Disahkan oleh,

Pembimbing,



Dra Yanti Murni, MM

Tanggal : 9/09/2017

Ketua Penguji,



Dr. Bambang Mulyana, M.Si

Tanggal : 9/09/2017

Dekan,
Ekonomi dan Bisnis,



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

Ketua Program Studi
S1 Manajemen,



Dudi Permana, MM., Ph.D
Tanggal :

ABSTRACT

This research aims to know the influence of Product Quality, Brand Image, and Brand Trust on Purchasing Decisions of bottled water (bottled water). The object of this study is the student of Universitas Mercu Buana campus D. This research study used causal research. This research was done to 100 respondents by using quantitative descriptive approach. This, data analysis which is used is statistic analysis in the form of double lenier regression test.

The result of this research shows Quality Product give positive influence but not significant to Phurchase Decision, Brand Image give positive and significant influence to Phurchase Decision, Brand Trust give positive and significant influence to Phurchase Decision.

Keywords: *Product Quality, Brand Image, Brand Trust, and Purchase Decision.*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image*, dan *Brand Trust* terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Aqua. Riset penelitian ini menggunakan penelitian kausal. Objek penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Mercu Buana kampus D. penelitian ini dilakukan terhadap 100 responden dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Oleh karena itu, analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk uji regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian, *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dan *Brand Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata kunci: Kualitas Produk, *Brand Image*, *Brand Trust* dan Keputusan Pembelian.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia – Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image*, dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) AQUA”**. 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 Dra Yanti Murni, MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Untuk itu pada kesempatan ini, penulis juga akan menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana .
2. Bapak Prof. 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 yang telah memberikan segenap ilmunya.
6. Kedua orang tua yang saya hormati dan sayangi yang telah memberikan semangat, doa, dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada peneliti serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada sahabat saya Peni Puji Astuti yang telah banyak membantu, memotivasi dan selalu memberikan semangat kepada penulis dengan penuh kesabaran sehingga berhasil menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh rekan seperjuangan yaitu Neneng Mulyaningsih, Fika Rianti, dan Harti Dewi Laras serta mahasiswa dan mahasiswi Manajemen 2013 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan semangat dan motivasi agar dapat melaksanakan sidang dan wisuda bersama.
9. Seluruh responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini.
10. Dan pihak-pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu.

Terimakasih atas semua bantuan, motivasi serta doanya.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki peneliti. 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 dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.



Jakarta, Juli 2017

Erni Yulianti

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

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
ABSTRACT.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
1. Tujuan Penelitian.....	8
2. Kontribusi Penelitian.....	9
 BAB II KAJIAN TEORITIS, RERANGKA KONSEPTUAL, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
A. Kajian Teoritis.....	11
1. Keputusan pembelian.....	11
2. Kualitas Produk.....	19
3. <i>Brand Image</i>	22
4. <i>Brand Trust</i>	29
5. Penelitian Terdahulu.....	32

B. Rerangka Konseptual.....	36
C. Pengembangan Hipotesis.....	37

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	40
B. Desain Penelitian.....	40
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	41
1. Definisi Variabel	41
2. Definisi Operasional Variabel.....	42
D. Pengukuran Variabel	44
E. Populasi dan Sampel Penelitian	45
1. Populasi Penelitian	45
2. Sampel Penelitian	46
F. Teknik Pengumpulan Data.....	47
G. Metode Analisis.....	48
1. Statistik Deskriptif.....	49
2. Uji Kualitas Data	49
a. Uji Validitas.....	49
b. Uji Reliabilitas.....	50
3. Uji Asumsi Klasik	52
a. Uji Normalitas	52
b. Uji Multikolonieritas.....	54
c. Uji Heteroskedastisitas.....	55
4. Uji Kesesuaian Model.....	56
a. Koefisien Determinasi (R^2)	56
b. Uji F Anova.....	57
5. Uji Analisis Regresi Linear Berganda	58
6. Uji Hipotesis.....	59
a. Uji Signifikansi (Uji Statistik t).....	59

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	61
1. Tempat dan Waktu Penelitian	64
a. Tempat Penelitian	64
b. Waktu Penelitian.....	64
2. Karakteristik Profil Responden	64
a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	65
c. Deskripsi Responden Berdasarkan Fakultas	66
B. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	68
C. Hasil Uji Kualitas Data.....	72
1. Hasil Uji Validitas	72
2. Hasil Uji Reliabilitas.....	76
D. Hasil Uji Asumsi Klasik	76
1. Hasil Uji Normalitas	76
2. Hasil Uji Multikolonieritas	79
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	80
E. Hasil Uji Kesesuaian Model	82
1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	82
2. Uji F Anova.....	83
F. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	84
G. Hasil Uji Hipotesis	86
1. Uji Signifikansi (Uji Statistik t).....	86
H. Pembahasan Hasil Penelitian	88

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan	91
B. Saran	92

DAFTAR PUSTAKA	94
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN.....	97
----------------------	-----------

DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
1.1	Tabel Top <i>Brand Index</i> Kategori Produk AMDK	3
1.2	Tabel Hasil Pra Survei Pengguna Produk Aqua.....	6
3.1	Tabel Operasional Variabel.....	42
3.2	Tabel Skor Jawaban	45
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	66
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas.....	67
4.4	Hasil Uji Statistik Deskriptif Kualitas Produk	68
4.5	Hasil Uji Statistik Deskriptif <i>Brand Image</i>	69
4.6	Hasil Uji Statistik Deskriptif <i>Brand Trust</i>	70
4.7	Hasil Uji Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian	71
4.8	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	72
4.9	Hasil Uji Validitas <i>Brand Image</i>	73
4.10	Hasil Uji Validitas <i>Brand Trust</i>	74
4.11	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	75
4.12	Hasil Uji Reliabilitas.....	76
4.13	Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	77
4.14	Hasil Uji Multikolinearitas.....	79
4.15	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	82

4.16 Hasil Uji F Anova.....	84
4.17 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	85
4.18 Hasil Uji Signifikan (Uji t).....	87



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