

**Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image
Terhadap Keputusan Pembelian**

(Studi Kasus pada PT. Panasonic Gobel Energy Indonesia)

SKRIPSI

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



Nama : Prasetia Adiputra
NIM : 43114310061

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Program Studi Manajemen

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2019

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Prasetia Adiputra

Nim : 43114310061

Program studi : S1 Manajemen

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Bekasi, 16 Januari 2019



Prasetia Adiputra

NIM : 43114310061

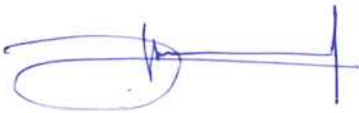
UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Prasetia Adiputra
NIM : 43114310061
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image
Terhadap Keputusan Pembelian PT. Panasonic Gobel
Energy Indonesia
Tanggal Lulus Ujian :

Disahkan Oleh:

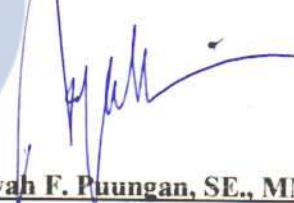
Pembimbing,



Dra. Yanti Murni, MM

Tanggal:

Ketua Penguji,



Dr Nur Aisyah F. Puungan, SE., MM

Tanggal:

UNIVERSITAS

Dekan,



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA.,CIPSAS., CMA.,CRS

Tanggal:

Ketua Program Studi

S1 Manajemen,



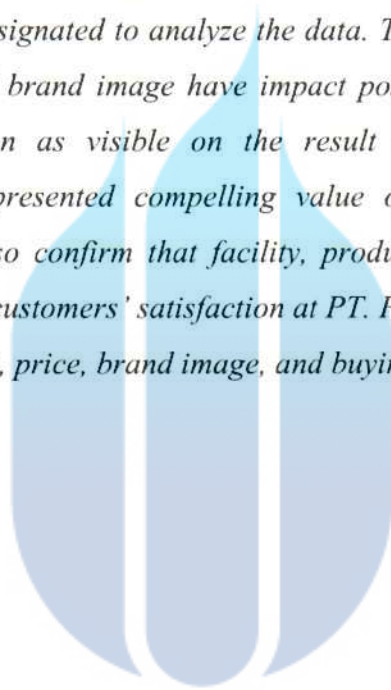
Dudi Permana, Ph.D

Tanggal: 6/2-2019.

ABSTRACT

The main objective of this study is to disclose the outcome of product quality, price, and brand image in line with buying decision at PT. Panasonic. Thus, customers who visited the restaurant were selected as research correspondence with numbering 20 customer. Emphasis is given to the approach of quantitatively descriptive. For data analysis, the test for multiple linear regression analysis was designated to analyze the data. The results show that the product quality, price and brand image have impact positive significantly upon the customers' satisfaction as visible on the result of the multiple linear regression analysis test presented compelling value of variables supporting hypothesis. The results also confirm that facility, product quality and price of services present impact in customers' satisfaction at PT. Panasonic.

Key words: *product quality, price, brand image, and buying decision*

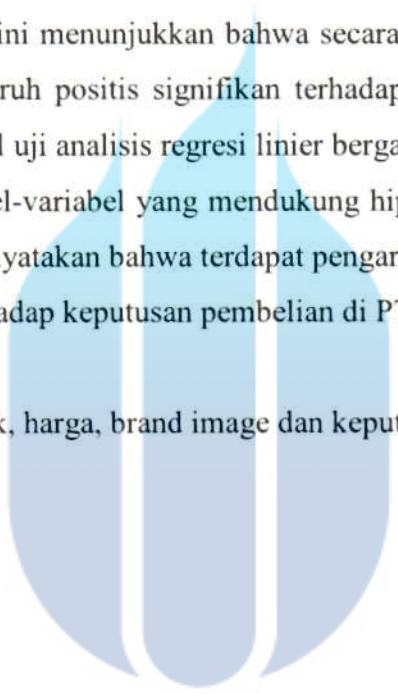


U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan brand image terhadap keputusan pembelian di PT. Panasonic. Objek penelitian ini adalah pembeli PT. Panasonic. dengan jumlah sampel 20 responden. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Karena itu, analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk uji analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara kualitas produk, harga dan brand image berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dari hasil uji analisis regresi linier berganda yang menunjukkan nilai signifikan dari variabel-variabel yang mendukung hipotesis. Oleh karena itu hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh dari kualitas produk, harga dan brand image terhadap keputusan pembelian di PT. Panasonic.

Kata kunci : kualitas produk, harga, brand image dan keputusan pembelian.



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

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Fasilitas, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercubuana.

Penulis 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 yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis haturkan alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerah-Nya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip, selaku Rektor Universitas Mercubuana.
2. Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., C.A, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, MM., Ph.D, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Muhammad, SE, MM. selaku seprodi 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.
6. Pihak-pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi, serta doanya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 16 Januari 2019

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

Prasetia Adiputra
NIM : 43114310061

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Kontribusi penelitian	6
1. Tujuan Penelitian	6
2. Kontribusi Penelitian	7

BAB II KAJIAN TEORITIS, RERANGKA KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

A. Kajian Teoritis	8
1. Keputusan Pembelian	8
a. Definisi Keputusan Pembelian	8
b. Dimensi Keputusan Pembelian	9
2. Kualitas Produk	11
a. Pengertian Kualitas Produk	12
b. Dimensi Kualitas Produk	13
3. Harga	15
a. Definisi Harga	15
b. Indikator Harga	16

4. Brand Image	18
a. Definisi Brand Image	18
b. Dimensi Brand Image	20
5. Penelitian Terdahulu	23
B. Rerangka Konseptual	25
C. Pengembangan Hipotesis	26

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	28
B. Desain Penelitian	28
C. Definisi dan Operasional Variabel	28
1. Definisi Variabel	28
2. Operasional Variabel	29
D. Pengukuran Variabel	31
E. Populasi dan Sampel Penelitian	32
1. Populasi Penelitian	32
2. Sampel penelitian	32
F. Teknik Pengumpulan Data	33
G. Metode Analisis	34
1. Statistik Deskriptif	34
2. Uji Kualitas Data	34
a. Uji Validitas	34
b. Uji Reliabilitas	35
3. Uji Asumsi Klasik	36
a. Uji Normalitas	36
b. Uji Kolmogrov Smirrow	38
c. Uji Multikolinearitas	38
d. Uji Heteroskedastisitas	40
4. Uji Analisis Regresi Linear Berganda	41
5. Uji Linearitas	42
6. Uji Kesesuaian Model	42

a. Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)	42
b. Uji Signifikansi-F (Anova)	43
7. Uji Hipotesis (t Statistik)	44

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	46
1. Tempat dan Waktu Penelitian	47
B. Hasil Uji Statistik Deskriptif	48
1. Analisis Deskriptif Kualitas Produk	48
2. Analisis Deskriptif Harga	49
3. Analisis Deskriptif Citra Merek	50
4. Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian	50
C. Hasil Uji Kualitas Data	51
1. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	51
2. Hasil Uji Validitas Variabel Harga	52
3. Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek	52
4. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	53
5. Hasil Uji Reliabilitas	53
D. Hasil Uji Asumsi Klasik	54
1. Hasil Uji Linieritas	54
2. Hasil Uji Normalitas	55
3. Hasil Uji Multikolinearitas	57
4. Hasil Uji Heteroskedastisitas	58
E. Hasil Uji kesesuaian Model	59
1. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	59
2. Hasil Uji Signifikasi-F (Anova)	59
F. Hasil Uji Analisis Regresi linear Berganda	61
G. Hasil Uji Hipotesis	62
1. Uji Signifikasi Parameter Individual (Uji Statistik t)	62

H. Pembahasan Hasil Penelitian	64
1. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen	64
2. Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen	64
3. Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	65
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	66
B. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN	71



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

DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Hal
1.1	Peningkatan Permintaan Baterai di Indonesia	2
1.2	Laporan Penjualan Baterai Lithinium Pt. Panasonic	3
1.3	Prasurvei	5
2.1	Penelitian Terdahulu	23
3.1	Operasional Variabel	29
3.2	Instrumen Skala Likert	32
4.1	Statistik Deskriptif Kualitas Produk	48
4.2	Statistik Deskriptif Harga.....	49
4.3	Statistik Deskriptif Citra Merek	50
4.4	Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian	51
4.5	Hasil SPSS Validitas Kualitas Produk.....	51
4.6	Hasil SPSS Validitas Harga.....	52
4.7	Hasil SPSS Validitas Citra Merek	52
4.8	Hasil SPSS Validitas Keputusan Pembelian.....	53
4.9	Hasil Uji Reabilitas	54
4.10	Hasil Linieritas Kualitas Produk	54
4.11	Hasil Linieritas Harga.....	54
4.12	Hasil Linieritas Citra Merek	55
4.13	Hasil Normalitas	57
4.14	Hasil Uji Multikolinearitas	57
4.15	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	59
4.16	Hasil Uji F ANOVA	59
4.17	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	61
4.19	Hasil Uji Hipotesis	62

DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Hal
1.1	Rerangka Konseptual	26
4.1	Hasil Uji Normalitas Dengan P-Plot	54
4.2	Hasil Uji Normalits Dengan Histogram.....	56
4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	58



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

DAFTAR LAMPIRAN

Keterangan	Hal
Lampiran 1 Kuesioner	69
Lampiran 2 Hasil Kuesioner	74
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas	76
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas	78
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik	78
Lampiran 7 Hasil Uji Kesesuaian Model	80
Lampiran 8 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	81
Lampiran 9 Hasil Uji Hipotesis	81



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