

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINYAK  
PELUMAS MOTOR OLI TOP 1  
(STUDI PADA MASYARAKAT JAKARTA BARAT )**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi S1  
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



**Nama : Patar Pakpahan**

**NIM : 43111010189**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2016**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda yangan dibawah ini:

Nama : Patar Pakpahan

NIM : 43111010189

Program Studi : Manajemen – Strata 1

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 28 Januari 2016



Patar Pakpahan

NIM 43111010189

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Patar Pakpahan  
NIM : 43111010189  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Pelumas Motor Oli Top 1

Tanggal Lulus Ujian :

Disahkan Oleh:

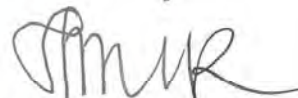
Pembimbing

Ketua Penguji



Erna S. Imaningsih, SE., M.Si

Tanggal: 23 - 02 - 2016



Ir. Sahibul Munir, SE., M.Si

Tanggal: 22 - 02 - 2016

MERCU BUANA

Dekan Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi  
Manajemen-S1



Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA

Tanggal: 28/2 2016,



Dr. Rina Astini, SE., MM

Tanggal: 28/2 2016,

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas rahmat dan karunia yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini sebagai salah satu syarat MENCAPAI GELAR Sarjana Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta.

Melalui berbagai data yang tersedia dan dengan kemampuan yang masih terbatas dalam penelitian ini penulis mencoba menganalisa dengan judul penelitian **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Pelumas Motor Oli Top 1 (Studi pada masyarakat sekitar Jakarta Barat)”**.

Dalam menyelesaikan penelitian ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan kali ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan yang diberikan kepada:

1. Yang Teristimewa, kedua Orang Tua saya Ketler Pakpahan dan Bonur Pardosi serta kedua adik saya Jelita Pakpahan dan Naek Oktavianus Pakpahan yang tidak pernah putus memberikan semangat, doa, motivasi, kasih sayang dan cinta dalam setiap prosesnya hingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.

3. Ibu Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah sabar dalam membimbing, memberikan saran, meluangkan waktunya, mengarahkan serta memotivasi kepada penulis sehingga skripsi ini dapat tersusun dengan baik.
5. Jajaran Program Studi Manajemen S1, Ibu Dr. Rina Astini SE., MM selaku Kaprodi Manajemen S1, Ibu Luna Haningsih SE., ME dan Ibu Hesti Maheswari SE., M.Si selaku Sekretaris I dan Sekretaris II Program Studi Manajemen S1.
6. Sahabat yang tidak pernah berhenti memberi doa, semangat serta canda tawanya. Terima kasih Tri Exaudy Sidabutar, Tumpal Pandapotan Simarmata, Sutrisno Salomo Simangunsong, Jenifer Cornel Daniel Sianturi, Afriando Pimpin Parasian Manurung, Nicky Saputra Pangondian Sitanggung, Andrew Sibarani, Sumantri Panjaitan, Yosep Sirait.
7. Teman-teman Kafe Nikmat (KN), Idam, Tanyo, Beny, Alfania, Sari, Wahyu, Roby Juni, Lulu, Yusuf, Khairul Umam, Aries, Sutrisno, Rinaldi, Defa, Budi, Nico, dan Pandu, Terima kasih atas doa, dukungan, semangat, canda tawa, dan motivasi selama proses penyusunan hingga skripsi ini telah diselesaikan dengan baik.

8. Teman-teman seperjuangan dalam menyusun skripsi, Syafei, Tantyo, Idham., Ambiya, Fahmi, Agiary, Hafizri, Suryana, Rizal Jalil, Okky, Ringgo, Dede Nur, Rara, Agung Prasetyo, Iskandar Pulungan, Alfiansyah, Tika, Niki. Semoga sukses dan kita diberi kemudahan dalam segala hal.

Kepada seluruh pihak, saudara, sahabat dan teman penulis lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih atas semua semangat, motivasi dan doa-doa terbaik yang telah diberikan. Semoga TUHAN YME membalas segala yang kalian berikan dengan segala rahmat dan anugerah-Nya. Skripsi yang penulis susun ini masih banyak kekurangan, baik dalam materi maupun cara penulisan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan skripsi di masa yang akan datang.



Jakarta, 28 Januari 2016

Patar Pakpahan

43111010189

## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian .....	6
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian .....	6
1. Tujuan Penelitian .....	6
2. Kontribusi Penelitian .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
A. Kajian Pustaka .....	8
1. Manajemen Pemasaran .....	8
a. Definisi Manajemen Pemasaran .....	8
2. Kualitas Produk .....	12
a. Definisi Kualitas Produk .....	12
c. Dimensi Kualitas Produk .....	13
3. Kepercayaan Merek ( <i>brand trust</i> ) .....	15
a. Definisi Kepercayaan Merek ( <i>brand trust</i> ) .....	15

b. Faktor- factor yang mempengaruhi kepercayaan merek ( brand trust) .....	18
c. Dimensi Kepercayaan Merek ( brdan trust) .....	20
4. Keputusan Pembelian .....	23
a. Definisi pengambilan keputusa .....	23
b. Dimensi Pengambialn Keputusan .....	24
B. Penelitian Terdahulu .....	28
C. Rerangka Konseptual dan Pengembangan Hipotesis .....	30
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan pembelian .....	30
2. Pengaruh Kepercayaan Merek ( <i>brand trust</i> ) Terhadap Keputusan Pembelian .....	31

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	33
1. Waktu Penelitian .....	33
2. Tempat Penelitian .....	33
B. Desain Penelitian .....	33
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel .....	34
D. Pengukuran Variabel .....	37
E. Populasi dan Sampel Penelitian .....	38
1. Populasi Penelitian .....	38
2. Sampel Penelitian .....	39
F. Teknik Pengumpulan Data .....	40
1. Wawancara .....	40
2. Penelitian .....	40
3. Kuesioner .....	41
G. Jenis Data .....	41
H. Metode Analisis Data .....	41



1. Uji Kualitas Data .....	41
a. Uji Validitas .....	41
b. Uji Reliabilitas .....	42
2. Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	42
3. Uji Asumsi Klasik .....	43
a. Uji Normalitas .....	43
b. Uji Multikolonieritas .....	44
c. Uji Heteroskedastisitas .....	44
4. Koefisien Determinasi .....	45
5. Uji Hipotesis .....	46
a. Uji T (Pengujian Secara Parsial) .....	45
6. Uji ketepatan model (Uji F) .....	47

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Perusahaan .....	48
B. Karakteristik Profil Responden .....	50
1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	50
2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	51
3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	51
4. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	52
5. Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran .....	52
C. Hasil Uji Kualitas Data .....	53
1. Hasil Uji Validitas .....	53
2. Hasil Uji Reliabilitas .....	54
D. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	55
E. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	56
1. Hasil Uji Normalitas .....	56
2. Hasil Uji Multikolonieritas .....	57

3. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	58
F. Koefisien Determinasi ( <i>adjusted R square</i> ) .....	58
G. Hasil Uji Hipotesis .....	59
a. Uji T (Pengujian Secara Parsial) .....	59
H. Uji ketepatan model (Uji F).....	60
F. Pembahasan dan Hasil Penelitian .....	61
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Simpulan .....	63
B. Saran .....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	66
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	69



## DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
1.1	Maerket share minyak pelumas motor .....	2
1.2	Data pra survey.....	7
2.1	Mendapatkan dan mempertahankan kepercayaan.....	17
2.2	Penelitian Terdahulu .....	28
2.3	Rerangka Konseptual .....	32
3.1	Operasionalisasi Variabel .....	36
3.2	Pengukuran Skala Likert .....	38
4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	49
4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	50
4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan .....	50
4.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	51
4.5	Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran .....	52
4.6	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1) .....	52
4.7	Hasil Uji Validitas Kepercayaan merek (X2) .....	53
4.8	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y) .....	53
4.9	Hasil Uji Reliabilitas .....	54
4.10	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	55
4.11	Hasil Uji Normalitas .....	56
4.12	Hasil Uji Multikolineritas .....	57
4.13	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	58
4.14	Hasil Uji Ketepatan Model (Uji F).....	59
4.15	Hasil Uji T.....	60
4.16	Hasil Uji Determinasi.....	61

## DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Halaman
2.1	Konsep Kepercayaan Merek.....	17
4.1	Produk Oli Top 1 .....	52
4.2	Hasil Uji Normalitas .....	56
4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	58



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Keterangan</b>	<b>Halaman</b>
Lampiran 1	Kuesioner .....	70
Lampiran 2	Hasil Karakteristik Responden .....	77
Lampiran 3	Hasil Kuesioner .....	80
Lampiran 4	Hasil Uji Validitas .....	89
Lampiran 5	Hasil Uji Reliabilitas .....	90
Lampiran 6	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	91
Lampiran 7	Hasil Uji Berganda Asumsi Klasik .....	91
Lampiran 8	Hasil Uji Hipotesis .....	93



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA