

**PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK, DAN
DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
GULA KRISTAL KARUNG MERAH (GRADE B)
PT. SENTRA USAHATAMA JAYA (SUJ)**

SKRIPSI

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



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA
MERCU BUANA**

NAMA : RUDY KUSNEDY

NIM : 43111110187

**Program Studi Pemasaran
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2016

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rudy Kusneddy
Nim : 43111110187
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, 15 Februari 2016



Rudy Kusneddy

NIM : 43111110187

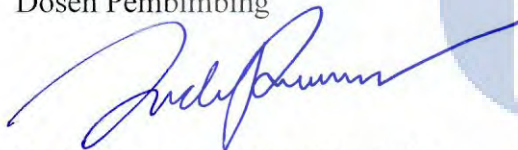
UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Rudy Kusnedy
NIM : 43111110187
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Gula Kristal Karung Merah (Grade B) PT. Sentra Usahatama Jaya (SUJ)
Tanggal Lulus Ujian : 1 Maret 2016

Disahkan Oleh :

Dosen Pembimbing



Dudi Permana, ST,MM, Ph.D

Tanggal : 5/3 - 2016

Ketua Penguji



Hesti Maheswari, SE.,M.Si

Tanggal : 5-3-2016

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



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

Tanggal : 6/3-2016

Ketua Program Studi
S1 Manajemen



Dr. Rina Astini., MM.

Tanggal : 5/3 2016 .

KATA PENGANTAR

Segala puji Tuhan yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Gula Kristal Karung Merah (Grade B) PT. Sentra Usahatama Jaya (SUJ)”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

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 Bapak Dudi Permana, ST, MM, Ph.D , selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan puji syukur kepada Tuhan yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Arrisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr Rina Astini, MM., selaku Ketua Program Studi Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh Dosen dan Staff Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
5. Seluruh Staff PT. Sentra Usahatama Jaya, Bapak Yohan Setiawan selaku Marketing Director, Hendra Hidayat selaku Marketing Manager, yang

telah banyak membantu keperluan skripsi ini.

6. Rekan-rekan sesama mahasiswa program studi manajemen kelas karyawan angkatan 2011-2015, Universitas Mercu Buana.
7. Kedua orangtua tercinta, adik, dan istri tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti – hentinya kepada penulis serta memberi semangat dan memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

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 menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kekurangan dalam skripsi ini.


UNIVERSITAS Jakarta, 15 Februari 2016
MERCU BUANA

Rudy Kusnedu
NIM: 43111110187

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR	
DAFTAR LAMPIRAN	
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1. Tujuan Penelitian	6
2. Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	7
1. Keputusan Pembelian	7
2. Brand Image	10
3. Kualitas Produk	13
4. Distribusi	16
5. Hubungan Brand Image Dan Keputusan Pembelian	19
6. Hubungan Kualitas Produk Dan Keputusan Pembelian	19
7. Hubungan Distribusi Dan Keputusan Pembelian	20
8. Penelitian Terdahulu	20
B. Kerangka Pemikiran	23
C. Hipotesis	23

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	24
B. Desain Penelitian	24
C. Definisi dan Operasional Variabel	24
1. Definisi Variabel	25
2. Operasionalisasi Variabel	26
D. Populasi dan Sampel Penelitian	32
1. Populasi	32
2. Sampel Penelitian	32
E. Teknik Pengumpulan Data	33
F. Metode Analisis	33
1. Pengujian Instrument Kualitas Data.....	33
a. Uji Validitas	33
b. Uji Reliabilitas	34
2. Uji Asumsi Klasik	34
a. Uji Normalitas Data	35
b. Uji Multikolonieritas	35
c. Uji Heterokedastisitas	36
3. Analisis Regresi Berganda.....	36
4. Uji Hipotesis	38
a. Koefiesen Determinasi (R^2)	38
b. Uji Parsial (Uji t)	38

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	41
1. Gambaran Umum Perusahaan	41
a. Visi dan Misi	42
b. Prestasi	43
c. Gambaran Umum Responden	44
d. Peta Lokasi Responden	45
B. Statistik Deskriptif	45

C. Hasil Uji Kualitas Instrument Penelitian dan Uji Asumsi	48
1. Uji Kualitas Instrument Penelitian	48
a. Uji Validitas	48
b. Uji Reliabilitas	52
2. Uji Asumsi Klasik	53
a. Uji Normalitas	53
b. Uji Multikolonieritas	54
c. Uji Heteroskedastisitas	55
D. Uji Hipotesis	56
1. Analisa Regresi Berganda	57
2. Koefesien Derterminasi (R^2)	58
3. Uji T	58
E. Pembahasan Hasil Penelitian	60
1. Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan pembelian	60
2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	60
3. Pengaruh Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian.....	61
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	62
B. Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	