

**Analisis Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap
Keputusan Pembeli Dalam Memilih Produk UKM di UKM
Gallery SMESCO Jakarta**

SKRIPSI



Nama : Putri Sekar Arum

NIM : 43111110113

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Proram Studi Manajemen Bisnis

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2016

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Putri Sekar Arum

NIM : 43111110113

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, 08 Maret 2016



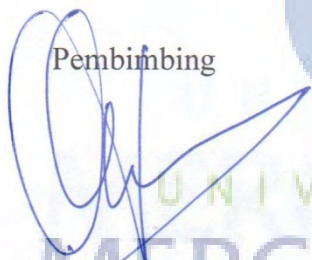
Putri Sekar Arum

NIM : 43111110113

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Putri Sekar Arum
NIM : 43111110113
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Brand Image dan Kualitas
Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dalam
Memilih Produk UKM di UKM Gallery
SMESCO Jakarta.
Tanggal Lulus Ujian : 8 Maret 2016

Disahkan Oleh:

Pembimbing


Ketua Penguji


Bpk. Wawan Purwanto, SE., MM
Tanggal : 13 Maret 2016

Ryani Dhyan Parashakti, SE., MM
Tanggal : 13 Maret 2016

Dekan

Ketua Program Studi

S1 Manajemen





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

Dr. Rina Astini, SE., MM
Tanggal : 13/3 2016

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufiq dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Analisis Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dalam memilih produk UKM di UKM Gallery SMESCO Jakarta”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta.

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 Wawan Purwanto. SE., MM selaku dosen pembimbing skripsi 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 anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Kedua orang tua tercinta dan adik tersayang serta keluarga saya yang telah memberi semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberi semangat dan memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Ir. Arissetyanto 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 Dr. Rina Astini., SE., MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
5. Seluruh Dosen dan Staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan pelayanan dalam studi dan dalam pembuatan skripsi ini.
6. Ibu Krisma Ayu selaku Kepala Retail UKM Gallery SMESCO Jakarta yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian diperusahaannya.
7. Rekan-rekan staf dan karyawan UKM Gallery SMESCO Jakarta yang telah bersedia membantu penulis mengumpulkan data-data yang diperlukan untuk penyusunan skripsi.

8. Sahabat-sahabatku Wendy Prasetya, Lana Ayu Pangestu, Ilham Septiadi, Ade Ariawan dan Rekan Kerja PT.OTO Multiartha dengan penuh persaudaraan menyemangati dan saling membantu.

9. Seluruh teman-teman mahasiswa Universitas Mercu Buana jurusan Manajemen angkatan 2011 terima kasih atas segala perhatian, dukungan dan do'a restunya.

10. Seluruh pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terima kasih atas segala bantuan dan informasi yang diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan rahmat hidayah-Nya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi. Akhir kata, penulis mengharapkan semoga tulisan yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua yang membaca dan sebagai wahana menambah pengetahuan serta pemikiran.



Jakarta, 08 Maret 2016

Putri Sekar Arum

Penulis

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	Hal
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAKSI	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Kontribusi Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Tinjauan Teori	8
1. Pengertian Pemasaran	8
2. Pengertian Merek dan Manfaat Merek	11
3. Pengertian Brand Image (Citra Merek)	14
4. Komponen yang Membentuk Citra Merek	16
5. Konsep Merek dan Tujuan Penggunaan Merek	19
6. Kualitas Produk	21
7. Dimensi Kualitas Produk.....	25
8. Keputusan Pembelian	26
9. Proses Keputusan Pembelian Konsumen	28
10. Penelitian Terdahulu.....	33
11. Kerangka Pemikiran	36
12. Hipotesis	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Waktu dan Tempat Penelitian	34
B. Desain Penelitian	36
C. Definisi Operasionalisasi Variabel	38

1. Definisi Variabel.....	38
2. Definisi Citra Merk.....	39
D. Populasi dan Sampel Penelitian.....	40
E. Teknik Pengumpulan Data.....	40
F. Jenis Data.....	42
G. Metode Analisa Data.....	42
1. Uji Validitas.....	43
H. Uji Reliabilitas.....	44
1. Teknik Analisa Data.....	45
2. Uji Asumsi Klasik.....	45
3. Uji Multikolinearitas.....	45
4. Uji Heteroskedastisitas.....	45
5. Uji Normalitas.....	46
6. Uji Regresi Linier Berganda.....	46
7. Koefisien Determinasi.....	47
8. Penguji Hipotesis.....	47
BAB IV	
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	51
1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	53
2. Karakteristik Profil Responden.....	53
3. Statistik Deskriptif Variabel Keputusan pembelian.....	76
B. Uji Kualitas Data.....	84
1. Uji Validitas.....	84
2. Uji Reliabilitas.....	88
C. Uji Asumsi Klasik.....	90
1. Uji Normalitas.....	90
2. Uji Multikolinearitas.....	90
3. Uji Heteroskedastisitas.....	92
D. Analisis Regresi Linier Berganda.....	97
1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	94
2. Koefisien Determinasi (R ²).....	95
E. Uji Hipotesis.....	97
1. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....	97
2. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t).....	98

	F. Pembahasan Hasil Penelitian	98
	1. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian....	97
	2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian..	97
	3. Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	97
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
	A. Kesimpulan	104
	B. Saran	105
	DAFTAR PUSTAKA	107
	LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
2.1	Tabel Penelitian Terdahulu	33
3.1	Tabel Operasional Variabel Brand Image	37
3.2	Tabel Operasional Variabel Kualitas Produk	38
3.3	Tabel Operasional Variabel Keputusan Pembelian	39
4.1	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
4.2	Data Responden Berdasarkan Usia	55
4.3	Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	56
4.4	Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
4.5	Pernyataan responden mengenai Citra Merek jaket dan sepatu kulit garut merupakan salah satu merek terbaik	58
4.6	Pernyataan responden mengenai Citra Merek batik Dinar Hadi dari provinsi solo tidak kalah saing dengan produk Top Brand ternama	59
4.7	Pernyataan responden mengenai Tas dari kulit kayu karet provinsi Bengkulu memiliki Citra Merek yang tinggi	60
4.8	Pernyataan responden mengenai Perhiasan keramik dapat meningkatkan Citra Merek yaitu rasa percaya diri	61
4.9	Pernyataan responden mengenai Batik Keris dari provinsi Solo sesuai dengan Citra Merek kebutuhan semua kalangan Konsumen	62
4.10	Pernyataan responden mengenai Tas dan hiasan dari papua memosisikan sebagai Citra Merek produk yang unik dan banyak diminati konsumen dalam Negeri dan Luar Negeri	63
4.11	Pernyataan responden mengenai Alat musik sasando dari NTT memberikan citra merek yang positif bagi konsumen	64
4.12	Rekapitulasi pernyataan responden variabel Brand Image	65
4.13	Pernyataan responden mengenai Kualitas Produk pakaian perhiasan dan ukiran yang ada di UKM Gallery SMESCO sudah sesuai standar Internasional	68
4.14	Pernyataan responden mengenai Produk UKM Gallery SMESCO dapat meningkatkan Home Industri Indonesia yang menjamin produk kualitasnya baik	69
4.15	Pernyataan responden mengenai banyak peminat dari Indonesia maupun Luar Negeri untuk produk UKM Gallery SMESCO yang membuat menarik perhatian karena produk kualitasnya yang baik ...	70
4.16	Pernyataan responden mengenai Model fitur-fitur printilan DKI Jakarta memiliki Produk Kualitas yang positif mengikuti perkembangan zaman	71
4.15	Pernyataan responden mengenai udah merasa puas menggunakan produk Hand Made tenun karawo dari Provinsi gorontalo karena Produk Kualitasna yang baik	72
4.16	Pernyataan responden mengenai dompet Kulit biawak dari provinsi papua dapat dipakai dalam jangka waktu yang lama karena mengutamakan Produk Kualitas yang baik	73

4.17	Pernyataan responden mengenai produk makanan dan obat herbal di UKM Gallery SMESCO dapat di terima dan Kualitas Produk yang baik bagi konsumen	74
4.18	Rekapitulasi pernyataan responden variabel Kualitas Produk	75
4.21	Pernyataan responden mengenai Saya membeli produk sepatu kulit dari UKM Gallery SMESCO untuk membeli kebutuhan beraktifitas maka saya memutuskan membeli	76
4.22	Pernyataan responden mengenai Saya mencari informasi produk UKM Gallery SMESCO dengan browsing di internet maka saya memutuskan membeli	77
4.23	Pernyataan responden mengenai Saya memilih produk UKM Gallery SMESCO maka saya memutuskan membelinya dari banyak Top Brand ternama yang sudah ada	78
4.24	Pernyataan responden mengenai saya memutuskan membeli produk UKM Gallery SMESCO karena menarik semua kriteria yang saya butuhkan	79
4.25	Pernyataan responden mengenai saya memilih produk UKM Gallery SMESCO lebih terjamin Citra Merek dan Kualitas Produknya maka saya memutuskan membeli	80
4.26	Pernyataan Responden mengenai setelah saya memakai produk UKM Gallery SMESCO, saya tertarik untuk membeli kembali atau mereferensikan ke teman atau keluarga terlihat Citra Merek dan Kualitas Produk yang baik	81
4.27	Rekapitulasi pernyataan responden variabel Keputusan Pembelian...	82
4.28	Hasil Uji Validitas Kuesioner Brand Image	85
4.29	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	86
4.30	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	87
4.31	Hasil Uji Realiabilitas	88
4.32	Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorof-Smirnov Test	90
4.33	Hasil Uji Multikolinearitas	91
4.34	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	94
4.33	Hasil Uji Koefisien Determinasi	95
4.34	Hasil Uji Statistik F	96
4.35	Hasil Uji Statistik T	97

DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Halaman
2.1	Rerangka Pemikiran	35
4.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas	92



DAFTAR LAMPIRAN

	Keterangan	Halaman
Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	
Lampiran 2	Profil Responden.....	
Lampiran 3	Analisis Stastik.....	

