

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE*,
dan *BRAND TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK KEJU KRAFT**

(Studi Kasus pada Pelanggan Toko Keju Kraft di Pasar Jaya Area Jakarta Barat)

SKRIPSI

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



Nama : SANDY MAHARDIKA PUTRA

NIM : 43112110200

Program Studi Manajemen S1

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2016

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sandy Mahardika Putra

Nim : 43112110200

Program Studi : S1 Manajemen

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 1 September 2016



Sandy Mahardika Putra

NIM 43112110200

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Sandy Mahardika Putra
Nim : 43112110200
Program Studi : Manajemen S1
Judul : Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image* dan
Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian
Produk Keju Kraft

Tanggal Lulus Ujian : 1 September 2016

Disahkan Oleh :

Pembimbing

Ketua Pengaji


Zulfitri, MP., MM.


Privono, SE.,ME.

Tanggal : 9/9 2016

Tanggal :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



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

Dr. Rina Astini SE., MM

Tanggal :

10/9 2016

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, serta kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Keju Kraft (Studi Kasus Pada Pelanggan Toko Keju Kraft Di Pasar Jaya Area Jakarta Barat)**”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen 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 Zulfitri, MP., MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis.

1. Kedua orang tua saya yang telah memberikan kasih sayang, semangat, perhatian, do'a dan dukungan moral juga material yang tiada henti-hentinya kepada penulis sehingga menginspirasi saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bpk 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 Dr. Rina Astini, SE, MM selaku Kaprodi Manajemen S1 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 segenap ilmunya.
6. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis 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 diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 1 September 2016

Sandy Mahardika Putra

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKIRIPSI.....	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	8
1. Tujuan Penelitian	8
2. Kontribusi Penelitian	8

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

A. Kajian Pustaka	10
1.Pengertian Manajemen.....	10
2.Pengertian Pemasaran	10
3.Pengertian Manajemen Pemasaran	12
4.Pengertian Produk.....	12
5.Pengertian Kualitas Produk	15
6.Pengertian <i>Brand Image</i>	18
7.Pengertian <i>Brand Trust</i>	22
8.Pengertian Keputusan Pembelian	24
B. Peneliti Terdahulu.....	27
C. Rerangka Pemikiran	30

E. Hipotesis	31
--------------------	----

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Waktu Dan Tempat Penelitian	32
1. Waktu Penelitian	32
2. Tempat Penelitian	32
B. Desain Penelitian	32
C. Definisi Dan Operasionalisasi Variabel	33
1. Definisi Variabel.....	33
2. Definisi Operasionalisasi Variabel	35
D. Populasi dan Sampel Penelitian	37
1. Populasi	37
2. Sampel Penelitian	38
E. Teknik Pengumpulan Data.....	39
G. Metode Analisis Data	39
1. Analisis Deskriptif.....	40
2. Uji Instrumen.....	41
a. Uji Validitas.....	41
b. Uji Reliabilitas.....	41
3. Uji Asumsi Klasik.....	42
a. Uji Normalitas.....	42
b. Uji Heteroskedastisitas.....	42
c. Uji Multikolonieritas	43
4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	43
5. Uji Hipotesis	45
a. Uji F (Pengujian Secara Simultan).....	45
b. Uji T (Pengujian Secara Parsial).....	45
c. Koefisiensi Determinasi	46

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	48
---	----

1. Tempat dan Waktu Penelitian	49
a. Tempat Penelitian.....	49
b. Waktu Penelitian.....	49
2. Karakteristik Profil Responden	50
a. Deskripsi Responden jenis Kelamin	50
b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	51
c. Deskripsi Responden Pendidikan Terakhir	51
d. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
B. Hasil Uji Kualitas Data.....	53
1. Hasil Uji Validitas	53
2. Hasil Uji Reliabilitas.....	56
C. Hasil Uji Asumsi Klasik	57
1. Hasil Uji Normalitas	57
2. Hasil Uji Multikolonieritas	58
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	59
D. Hasil Uji Hipotesis	60
1. Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F)	60
2. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	60
3. Hasil Uji t (Pengujian Secara Parsial).....	62
4. Hasil Uji Koefisien Determinasi	63
E. Pembahasan Hasil Penelitian	64
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
E. Simpulan	67
E. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	71

DAFTAR TABEL

N0.	Keterangan	Halaman
1.1	Top Brand Index Kategori Produk Keju.....	3
1.2	Tingkat Keputusan Pembelian Terhadap Produk keju Kraf	6
2.1	Perbedaan antara Konsep Penjual dan Konsep Pemasaran.....	11
3.2	Operasionalisasi Variabel	34
3.3	Pengukuran Skala Likert.....	38
4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
4.2	Responden Berdasarkan Usia.....	50
4.3	Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	51
4.4	Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	52
4.5	Hasil Uji Validasi Kualita Produk.....	53
4.6	Hasil Uji Validasi <i>Brand Image</i>	53
4.7	Hasil Uji Validasi <i>Brand Trust</i>	54
4.9	Hasil Uji Validasi Keputusan Pembelian.....	55
4.10	Hasil Uji Realibilitas.....	56
4.11	Hasil Uji Multikolineritas	58
4.12	Hasil Uji F (Secara Simultan)	60
4.13	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	60
4.14	Hasil Uji t (Secara Parsial).....	62
4.18	Hasil Uji Koefisien Determinasi	63

DAFTAR GAMBAR

N0.	Keterangan	Halaman
2.1	Tahap Proses Keputusan Pembelian.....	26
2.3	Rerangka Pemikiran.....	30
4.1	Hasil Uji Normalitas	57
4.2	Hasil Uji Normalitas	57
4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	57



DAFTAR LAMPIRAN

	Keterangan	Halaman
Lampiran 1	Kuesioner	71
Lampiran 2	Hasil Kuesioner	75
Lampiran 3	Hasil Statistik Deskriptif.....	84
Lampiran 4	Hasil Uji Validitas Data.....	85
Lampiran 5	Hasil Uji Reliabilitas.....	86
Lampiran 6	Hasil Uji Asumsi Klasik	86
Lampiran 7	Hasil Uji Hipotisis	88
Lampiran 8	Hasil Uji Linear Berganda	89
Lampiran 9	Hasil Uji koefisien Determinasi	89

