

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ES KRIM CAMPINA**

Skripsi diajukan untuk melengkapi
persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen

Oleh

M. Farhan

NPM: 41183402190195



Strata 1

Program Studi Manajemen

**UNIVERSITAS ISLAM 45
FAKULTAS EKONOMI
BEKASI
2024**

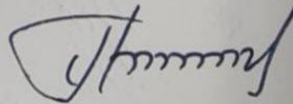
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI
PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ES KRIM CAMPINA

Tanggal : 17 Juli 2024

Oleh

M. Farhan
NPM: 41183402190195

Disetujui,
Pembimbing



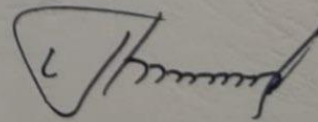
Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.

Mengetahui,



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

Ketua Program Studi Manajemen



Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ES KRIM CAMPINA**

Tanggal : 24 Juli 2024

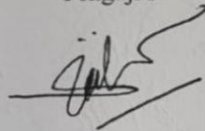
Oleh

M. Farhan

NPM: 41183402190195

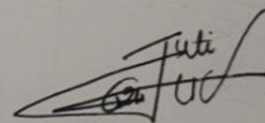
Diuji oleh,

Penguji I



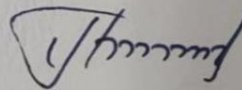
Isti Pujihastuti, S.E., M.E.

Penguji II



Tuti Sulastri, Dra., M.M.

Mengetahui,
Pembimbing,



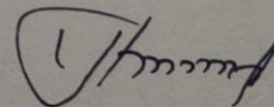
Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

Ketua Program Studi Manajemen



Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : M. Farhan
NPM : 41183402190195
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
E-mail : mfarhan12991@gmail.com

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa penelitian saya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Es Krim Campina” bebas dari plagiarisme. Rujukan penulisan sudah sesuai dengan teknik penulisan karya tulis ilmiah berlaku umum.

Apabila di kemudian hari dapat dibuktikan adanya unsur plagiarism tersebut, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Bekasi, 24 Juli 2024

Yang membuat pernyataan



M. Farhan

ABSTRAK

M. Farhan (41183402190195)

Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Es krim Campina

Xiv + 94 halaman + 18 tabel + 3 diagram + 1 gambar + 14 lampiran + 2024

Kata Kunci: Kualitas Produk, *Brand Image* dan Keputusan Pembelian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian es krim Campina. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen es krim campina yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti, dengan Teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan *nonprobability sampling*. Sampel penelitian adalah sebanyak 95 responden.

Metode yang digunakan oleh peneliti adalah metode kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder dengan teknik pengumpulan data yaitu observasi, kuesioner dan penelitian kepustakaan. Data diolah menggunakan SPSS versi 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian memiliki nilai thitung sebesar 3,142 dan nilai signifikan sebesar 0,002. Artinya terjadi pengaruh positif antara kualitas produk dan keputusan pembelian. nilai thitung sebesar $3,142 > 1,98580$ serta nilai signifikan sebesar $0,002 < 0,05$. *brand image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian memiliki nilai thitung sebesar 4,684 dan nilai signifikan sebesar 0,000. Artinya terjadi hubungan positif antara brand image dan keputusan pembelian. nilai thitung sebesar $4,645 > 1,98580$ serta nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Kualitas produk dan brand image secara simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian es krim campina. Hal ini di buktikan dengan nilai pada hasil uji F yang menunjukkan bahwa fhitung 89,361 ftabel 3,10 (df1 K – 1) (df1 3 – 1 2) (df2 n – k) (df2 95 – 3 92) dan signifikan $0,000 < 0,05$.

Daftar Pustaka: 45 (1993 – 2023)

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah Swt. yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga tetap tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat, dan para pengikutnya yang telah berjuang menunjukkan jalan kebenaran kepada seluruh umat manusia.

Skripsi ini diajukan sebagai syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi. Selama penulisan skripsi ini, penulis mendapatkan bantuan, dorongan, bimbingan, dan petunjuk dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Ibu Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M. selaku Kaprodi Program Studi Manajemen dan sekaligus dosen pembimbing skripsi yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Khusnul Khatimah, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi.
3. Ibu Isti Pujihastuti, S.E., M.E. dan Ibu Tuti Sulastri, Dra., M.M. selaku dosen penguji yang sudah memberikan saran dan kritik yang diajukan dalam sidang skripsi.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang tak terhingga kepada penulis selama mengikuti perkuliahan.
5. Rasa terima kasih cinta dan bakti penulis persembahkan untuk kedua orang tua, Bapak dan Ibu atas segala kasih sayang, doa dan cinta yang tidak pernah berkurang.
6. Saudara-saudara yang tersayang, yang selalu memberikan bantuan dan dukungan baik materil maupun moral.

7. Teruntuk teman-teman jurusan Manajemen Angkatan 2019 terima kasih atas dukungan yang telah kalian berikan.

Penulis hanya dapat mendoakan kepada semua pihak yang turut berpartisipasi dengan tulus dalam penyusunan skripsi ini, semoga menjadi amal baik yang akan dibalas oleh Allah Swt. dengan berlipat ganda. Dan penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat khususnya bagi penulis dan pembaca umumnya.

Bekasi, 05 Juni 2024

M. Farhan

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR DIAGRAM.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan dan Manfaat Penulisan.....	10
1.4 Ruang Lingkup atau Pembatasan Masalah	11
1.5 Sistematika Penulisan	12
Bab 2 TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan teori	14
2.1.1 Definisi Keputusan Pembelian.....	14
2.1.1.1 Dimensi Keputusan Pembelian	14
2.1.1.2 Indikator Keputusan Pembelian	15

2.1.2 Definisi Kualitas Produk	16
2.1.2.1 Faktor Kualitas Produk	16
2.1.2.2 Indikator Kualitas Produk	18
2.1.3 Definisi <i>Brand Image</i>	18
2.1.3.1 Indikator <i>Brand Image</i>	19
2.1.4 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	19
2.1.5 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian	20
2.1.6 Pengaruh Kualitas Produk dan <i>Brand Image</i> – terhadap Keputusan Pembelian	20
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	26
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Desain Penelitian	29
3.1.1 Metode Penelitian yang Digunakan	29
3.1.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	29
3.1.3 Populasi dan Sampel Penelitian	29
3.1.4 Jenis dan Sumber Data	30
3.1.5 Teknik pengumpulan Data	31
3.2 Model Penelitian, Deskripsi dan Cara Pengukurannya	32
3.2.1 Variabel Keputusan Pembelian	32
3.2.2 Kualitas produk	33
3.2.3 <i>Brand Image</i>	34

3.3 Cara Pengolahan Data dan Pengujian Hipotesis	34
3.3.1 Uji Kualitas Data	34
3.3.2 Uji Asumsi Klasik	35
3.3.3 Uji Analisis Regresi Berganda	36
3.3.4 Analisis Data dan Hipotesis	37
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Deskripsi Data Penelitian	39
4.2 Uji Statistik Deskriptif	40
4.3 Uji Kualitas Data	44
4.4 Uji Asumsi Klasik	47
4.5 Uji Regresi Linear Berganda	50
4.6 Uji Hipotesis	51
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	54
4.7.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	54
4.7.2 Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian	56
4.8 Kelemahan Penelitian	57
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	59
5.1 Simpulan	59
5.2 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	65

DAFTAR TABEL

1.1 Pra Survei Keputusan Pembelian	4
1.2 Pra Survei <i>Brand Image</i>	7
1.3 Pra Survei Kualitas Produk	8
2.1 Penelitian terdahulu.....	21
3.1 Skala Likert	32
4.1 Ringkasan Jumlah Kuesioner	39
4.2 Skor Jawaban Responden Pada Variabel Keputusan Pembelian	40
4.3 Skor Jawaban Responden Pada Variabel Kualitas Produk	41
4.4 Skor Jawaban Responden Pada Variabel <i>Brand Image</i>	43
4.5 Hasil Uji Validitas.....	44
4.6 Hasil Uji Reliabilitas	46
4.7 Hasil Uji Normalitas	47
4.8 Hasil Uji Multikolinearitas.....	48
4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas	49
4.10 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	50
4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi	51
4.12 Hasil Uji Statistik F.....	52
4.13 Hasil Uji t	53

DAFTAR DIAGRAM

1.1 Penjualan Es Krim Dalam Kemasan di Indonesia	2
1.2 Penjualan Bersih Es Krim Campina.....	3
1.3 Komparasi Brand Index Subkategori Es Krim.....	6

DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Pemikiran.....	26
-----------------------------	----