



**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KAWAI KOFIE BANJARMASIN**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)
Pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

Oleh:

GILANG YUDIST PURBA ANANTA

NIM: 1810412310030

**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
BANJARMASIN**

2024

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KAWAI KOFIE BANJARMASIN**

A. Nama Mahasiswa : Gilang Yudist Purba Ananta
NIM : 1810412310030

B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.

C. Tim Penguji:

a. Pembimbing

Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
NIP. 197511052001122001

()

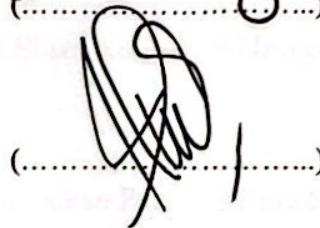
b. Penguji I

Dr. Taharuddin, S.Sos, MM
NIP. 197401102000031001

()

c. Penguji II


Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB
NIP. 197604132000121002

()


Banjarmasin, 28 Mei 2024

Koordinator

Prodi Administrasi Bisnis


()
Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
NIP. 197511052001122001

Ketua Pembimbing

()
Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
NIP. 197511052001122001

Mengetahui

Dekan FISIP UNLAM

()
Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S. Sos, M. Si
NIP. 197301221908021001

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka.

Banjarmasin, 18 Februari 2024



Gilang Yudist Purba Ananta

NIM. 1810412310030

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala, karena berkat Rahmat, dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan proposal skripsi yang berjudul "Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Kawai Kofie Banjarmasin". Penulisan skripsi ini dapat penulis selesaikan dengan baik berkat bimbingan, arahan, serta bantuan baik secara moral maupun materil dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini perkenankanlah penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, S.E, M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
4. Bapak Dr. Taharuddin, S.Sos, MM selaku Dosen Penguji I yang telah memberikan saran dan bimbingan selama penyusunan skripsi sehingga dapat terselesaikan.
5. Bapak Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB selaku Dosen Penguji II yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan saran dan masukan dalam penulisan skripsi ini

6. Seluruh Dosen Pengajar dan Staf Tata Usaha Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama perkuliahan kepada penulis.
7. Seluruh pihak yang turut membantu dalam penulisan proposal skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini, masih jauh dari kata sempurna, baik dari segi bahasa maupun penulisannya. penelitian skripsi ini dibuat dari berbagai sumber dalam jangka waktu tertentu sehingga menghasilkan karya yang dapat dipertanggungjawabkan hasilnya. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun penulis sangat diharapkan sehingga dapat menjadi lebih baik lagi untuk kedepannya. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya.

Banjarmasin, 18 Februari 2024



Gilang Yudist Purba Ananta

ABSTRAK

Gilang Yudist Purba Ananta, 1810412310030, 2024, Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Kawai Kofie Banjarmasin, di bawah bimbingan: Ibu Nurul Wahyuni.

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk menguji pengaruh secara parsial maupun simultan variabel Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Kawai Kofie Banjarmasin. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan metode kuantitatif. Tehnik sampling yang digunakan adalah random accidental sampling dengan perolehan sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Pengumpulan data dengan cara kuesioner dan analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian di Kawai Kofie Banjarmasin dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Kawai Kofie Banjarmasin. Secara simultan citra merek dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian di Kawai Kofie Banjarmasin.

Kata kunci: *Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

Gilang Yudist Purba Ananta, 1810412310030, 2024. Analysis of the Influence of Brand Image and Product Quality on Purchase Decision at Kawai Kofie Banjarmasin, Under the guidance of: Mrs. Nurul Wahyuni.

This research aims to examine the partial and simultaneous effects of the variables Brand Image and Product Quality on Purchase Decision at Kawai Kofie Banjarmasin. The research approach employed is quantitative methodology. The sampling technique used is random accidental sampling, with a sample size of 100 respondents. Data collection was conducted through questionnaires, and the data analysis method employed is multiple linear regression analysis.

The results of this research indicate that brand image has a positive and significant effect on the purchase decision at Kawai Kofie Banjarmasin, and product quality also has a positive and significant effect on the purchase decision at Kawai Kofie Banjarmasin. Simultaneously, brand image and product quality have a positive and significant effect on the purchase decision at Kawai Kofie Banjarmasin.

Keywords: *Brand Image, Product Quality, Purchase Decision*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.2 Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Tinjauan Teori	14
2.1.1 Pengertian Pemasaran	14
2.1.2 Bauran Pemasaran	15
2.1.3 Pengertian Perilaku Konsumen	16
2.1.4 Persepsi Konsumen	21
2.1.5 Pengertian Citra Merek	22
2.1.6 Kualitas Produk	26
2.1.7 Keputusan Pembelian	29
2.2 Penelitian Terdahulu	36
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian	44
2.3.1 Hipotesis Penelitian	44
2.3.2 Model Penelitian	47
BAB III METODE PENELITIAN	48
3.1 Pendekatan Penelitian	48
3.2 Tipe Penelitian	48
3.3 Lokasi Penelitian	48
3.4 Populasi, Besar Sampel dan Tehnik Sampling	48
3.4.1 Populasi	48
3.4.2 Besar Sampel	49
3.4.3 Tehnik Sampling	50
3.5 Definisi Operasional Variabel	50
3.5.1 Variabel Citra Merek (X_1)	50
3.5.2 Variabel Kualitas Produk (X_2)	51
3.5.3 Variabel Keputusan Pembelian (Y)	53
3.6 Jenis dan Sumber Data	57
3.6.1 Data Primer	57
3.6.2 Data Sekunder	57
3.6.3 Tehnik Pengumpulan Data	57

3.6.4	Tehnik Pengumpulan Skor	58
3.7	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	58
3.7.1	Uji Validitas.....	58
3.7.1	Uji Reliabilitas	59
3.8	Tehnik Analisa Data	60
3.8.1	Tehnik Analisa Deskriptif.....	60
3.8.2	Analisis Regresi Linier Berganda	60
3.9	Uji Asumsi Klasik	61
3.9.1	Uji Normalitas	61
3.9.2	Uji Multikolinieritas	62
3.9.3	Uji Heterokedastisitas	62
3.9.4	Uji Autokorelasi.....	63
3.10	Pengujian Hipotesis	64
3.10.1	Uji Parsial (Uji t)	64
3.10.2	Uji Simultan (Uji F).....	65
3.10.3	Uji Koefisien Determinasi (KD).....	65
BAB IV	HASIL PENELITIAN	67
4.1	Karakteristik Responden.....	67
4.2	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
4.3	Karakteristik Berdasarkan Usia	68
4.4	Pekerjaan	68
4.5	Deskriptif Variabel	69
4.5.1	Deskriptif Variabel Citra Merek (X1)	69
4.5.2	Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X2).....	72
4.5.3	Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	77
4.6	Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	80
4.6.1	Uji Validitas.....	80
4.6.2	Uji Reliabilitas	82
4.7	Hasil Uji Asumsi Klasik	82
4.7.1	Hasil Uji Normalitas	82
4.7.2	Hasil Uji Multikolinieritas	85
4.7.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	86
4.7.4	Hasil Uji Autokorelasi	87
4.8	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	88
4.9	Hasil Pengujian Hipotesis.....	89
4.9.1	Hasil Uji Parsial (Uji t)	89
4.9.2	Hasil Uji Simultan (uji f)	91
4.9.3	Hasil Koefisien Determinasi	92
BAB V	PEMBAHASAN HASIL	94
5.1	Pembahasan	94
5.1.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	94

5.1.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian ..	94
5.1.3 Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan 94Pembelian	94
5.2 Implikasi Hasil.....	95
5.2.1 Implikasi Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	95
5.2.2 Implikasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian ..	96
5.2.3 Implikasi Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	96
5.3 Keterbatasan Penelitian	97
5.4 Model Akhir Penelitian	98
BAB VI PENUTUP	99
6.1 Kesimpulan.....	99
6.2 Saran	99
6.2.1 Akademis	99
6.2.2 Praktis	100
DAFTAR PUSTAKA	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Coffeeshop yang paling banyak dikunjungi.....	5
Gambar 1. 2 Hasil pra-survey alasan konsumen mengunjungi Kawai Kofie	7
Gambar 1. 3 Tampilan sosial media Kawai Kofie	9
Gambar 2. 1 Model Penelitian	44
Gambar 4. 1 Hasil uji normalitas pada histogram.....	80
Gambar 4. 2 Hasil uji normalitas pada grafik normal probability plot	80
Gambar 4. 3 Hasil uji heteroskedastisitas	83
Gambar 5. 1 Model Akhir Penelitian	95

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar Coffeeshop di Kecamatan Banjarmasin Utara	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	36
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	52
Tabel 3. 2 Penentuan Skor Jawaban Kuisoner	56
Tabel 3. 3 Rentang Kategori Jawaban Responden.....	58
Tabel 3. 5 Interpretasi Koefisien Korelasi	63
Tabel 4. 1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	64
Tabel 4. 2 Karakteristik berdasarkan usia responden.....	65
Tabel 4. 3 Karakteristik berdasarkan pekerjaan responden.....	66
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Variabel Citra Merek	66
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk	69
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	74
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas.....	77
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas.....	79
Tabel 4. 9 Hasil uji Kolmogrov-Smirnov Test	81
Tabel 4. 10 Hasil uji multikolinieritas	82
Tabel 4. 12 Hasil uji analisis regresi linier berganda	84
Tabel 4. 13 Hasil Uji Parsial (Uji t)	85
Tabel 4. 14 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	87
Tabel 4. 15 Hasil uji koefisien determinasi.....	88

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Skor Jawaban Responden

Lampiran 3 Hasil Output SPSS Versi 25.0

