

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN QUICKSILVER,
ROXY, DC**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah satu syarat

Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen



Diajukan Oleh :

**FIRSTY IRMA YUSTIANAH
NPM. 13420051**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
2018**

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Firsty Irma Yustianah

NPM : 13420051

Alamat : Jl. Wonosari Lor VI/ 10 Surabaya

Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Quicksilver, Roxy, Dc**".

Benar-benar hasil karya sendiri dan bebas dari plagiat, apabila pernyataan ini terbukti tidak benar. Maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana semestinya.

Surabaya,.....

Yang membuat pernyataan



(Firsty Irma Yustianah)
NPM. 13420051

SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN QUICKSILVER, ROXY, DC

Diajukan Oleh:

FIRSTY IRMA YUSTIANAH
NPM. 13420051

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

DOSEN PEMBIMBING

Dr. Siti Djamilah, SE., M.Si

Tanggal, 19-1-2018

KETUA PROGRAM STUDI

Dr. Siti Djamilah, SE., M.Si

Tanggal, 19-1-2018

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN QUICKSILVER,
ROXY, DC**

Dipersiapkan dan Disusun Oleh :

FIRSTY IRMA YUSTIANAH
NPM. 13420051

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama

Dr. Siti Djamilah, SE., M.Si

Anggota Dewan Penguji Lain

Dwi Indah Mustikorini, SE., MM

Wiwik Herawati, SE., MM

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi

Tanggal, *19-1-2010*

Dr. Siti Djamilah, SE., M.Si
Ketua Program Studi

KATA PENGANTAR

Dengan mengucap syukur Alhamdullilah dan Segala Puji Bagi Allah Tuhan Semesta Alam yang telah menciptakan kita, memberikan petunjuk dan menghiasi diri kita dengan Ketaqwaan Kepada-Nya, serta telah meninggikan derajat bagi orang-orang yang berilmu. Atas petunjuk dari Allah SWT, peneliti akhirnya dapat menyelesaikan skripsi yang diberi judul **“Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Quicksilver, Roxy, Dc”** yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terwujud sebagaimana yang diharapkan, tanpa adanya bimbingan dan bantuan serta tersedianya fasilitas-fasilitas yang diberikan oleh berbagai pihak. Oleh karena itu, saya ingin menggunakan kesempatan ini untuk menyampaikan rasa terima kasih dan rasa hormat saya berikan kepada :

1. Bapak Prof. H. Sri Harmadji dr. Sp, THT-KI (K) selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
2. Bapak Drs. Ec. Imam Karyadi, Ak, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
3. Ibu Dr. Siti Djamilah, SE., M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen sekaligus dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu dan dengan sabar memberikan arahan selama proses penulisan skripsi ini.
4. Ibu Dra. Ec. Tetty Arifah, MM selaku dosen wali yang telah memberikan motivasi selama ini.
5. Segenap Dosen beserta Staff Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah membekali saya dengan ilmu pengetahuan dan pengalaman yang berguna.

6. Orang tua saya tercinta Eddy Joes dan Anik Riftianah, atas kasih sayang, dukungan, dan doa yang tiada henti mengalir, karena pengorbanan keduanyalah saya bisa seperti sekarang ini.
7. Kepada Keluarga besar saya, “Keluarga Besar Ahmad Rifai” atas bantuan dan dukungannya selama ini.
8. Segenap Manajemen Quicksilver, Roxy, Dc yang telah banyak membantu peneliti dalam proses penyusunan skripsi ini.
9. Teman-teman seperjuangan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma.
10. Rekan-rekan kerja di PT Sinar Galuh Putra atas dukungan tak terkira kepada penulis.
11. Kepada semua pihak yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak mungkin disebutkan satu persatu

Akhirnya saya berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi diri saya dan juga masyarakat maupun bagi pengembangan ilmu hukum, saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu saya mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca yang budiman.

Surabaya,

Firsty Irma Yustianah

NPM: 13420051

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Quicksilver, Roxy, Dc”. Teknik pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan Teknik *Purposive Sampling* dengan kriteria sebagai berikut: Usia minimal 17 tahun, konsumen yang belum pernah menggunakan produk Quicksilver, DC dan Roxy, konsumen Yang datang atau berkunjung ke outlet Quiksilver, Roxy dan DC di Surabaya. Kuesioner disebarluaskan sebanyak 50 lembar dan yang dapat diolah sebanyak 46 yang terdiri dari 2 variabel bebas yaitu citra merek (X_1), kualitas produk (X_2) dan 1 variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y). Teknik analisis yang digunakan adalah metode regresi linier berganda dan uji hipotesis menggunakan uji F dan uji t. Berdasarkan hasil Uji F diketahui bahwa citra merek (X_1), kualitas produk (X_2), mempunyai taraf signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 dengan demikian (X_1) dan (X_2) secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Sedangkan berdasarkan hasil analisis Uji t diketahui bahwa citra merek (X_1) dengan taraf signifikansi sebesar 0,026 dan kualitas produk (X_2) dengan taraf signifikansi sebesar 0,040 dengan demikian (X_1) dan (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to analyze the "Influence of Brand Image and Product Quality to Purchase Decision Quicksilver, Roxy, Dc". Technique of data retrieval in this research use Purposive Sampling Technique with criteria as follows: Age minimum 17 years, consumer who have never used Quicksilver, DC and Roxy product, consumer who come or visit Quiksilver, Roxy and DC outlet in Surabaya. Questionnaires distributed as many as 50 sheets and can be as much as 46 which consists of 2 independent variables namely brand image (X_1), product quality (X_2) and 1 dependent variable is purchase decision (Y). Analytical techniques used are multiple linear regression method and hypothesis test using F test and t test. Based on F test results it is known that the brand image (X_1), product quality (X_2), has a significance level of 0.000 less than 0.05 thus (X_1) and (X_2) simultaneously have a significant influence on purchasing decision. While based on result of t test analysis known that brand image (X_1) with significance level equal to 0,026 and product quality (X_2) with significance level equal to 0,040 thus (X_1) and (X_2) partially significant influence to purchasing decision (Y).

Keywords: Brand Image, Product Quality, Purchase Decision.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAM SUSUNAN DEWAN PENGUJI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	6
2.1. Landasan Teori.....	6
2.1.1. Definisi Manajemen Pemasaran.....	6
2.1.2. Citra Merek.....	6
2.1.2.1 Definisi Citra Merek.....	6
2.1.2.2 Identitas Merek.....	8
2.1.2.3 Fungsi dan Peran Citra Merek.....	8

2.1.2.4 Elemen Citra Merek.....	9
2.1.2.5 Indikator Citra Merek.....	11
2.1.3. Kualitas Produk.....	12
2.1.3.1 Definisi Kualitas Produk.....	12
2.1.3.2 Dimensi Kualitas Produk.....	13
2.1.3.3 Indikator Kualitas Produk.....	18
2.1.4. Keputusan Pembelian.....	19
2.1.4.1 Definisi Keputusan Pembelian.....	19
2.1.4.2 Proses Pembentukan Perilaku Konsumen.....	20
2.1.4.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	21
2.2. Penelitian Sebelumnya.....	24
2.3. Hubungan antar variabel.....	26
2.4. Hipotesis dan Bagan Analisis.....	27
2.4.1. Hipotesis.....	27
2.4.2 Bagan Analisis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
3.1. Pendekatan Penelitian.....	29
3.2. Populasi dan Sampel.....	29
3.2.1. Pengertian Populasi.....	29
3.2.2. Pengertian Sampel.....	30
3.3. Identifikasi variabel.....	32
3.4. Definisi Operasional variabel.....	33
3.5. Jenis dan Sumber Data.....	35
3.6. Prosedur Pengumpulan Data.....	35
3.7.1. Uji Validitas.....	36

3.7.2. Uji Reliabilitas.....	36
3.7.3. Uji Hipotesis.....	37
3.7.3.1. Analisa Regresi Linier Berganda.....	37
3.7.3.2. Analisa Koefisien Determinasi (R^2).....	38
3.7.3.3. Uji Hipotesis secara Simultan (Uji F).....	39
3.7.3.4. Uji Hipotesis secara Parsial (Uji t).....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	42
4.1.1. Profil Perusahaan Quicksilver Inc.....	42
4.1.2. Visi dan Misi.....	44
4.2. Deskripsi Hasil Penelitian.....	45
4.2.1. Karakteristik Responden.....	45
4.2.2. Frekuensi Hasil Tanggapan Responden.....	50
4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	56
4.3.1. Hasil Pengujian Validitas.....	56
4.3.2. Hasil Pengujian Reliabilitas.....	58
4.4. Uji Hipotesis.....	59
4.4.1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	59
4.4.2. Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	61
4.4.3. Hasil Pengujian secara Simultan (Uji F).....	61
4.4.4. Hasil Pengujian secara Parsial (Uji t).....	63
4.5. Pembahasan Hasil Penelitian.....	66
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	69
5.1. Simpulan.....	69
5.2. Saran.....	69

DAFTAR PUSTAKA..... 71

LAMPIRAN..... 73

DAFTAR TABEL

2.1. Penelitian Sebelumnya.....	25
4.1. Karakteristik Jenis Kelamin Responden.....	45
4.2. Karakteristik Usia Responden.....	46
4.3. Karakteristik Pendidikan Terakhir Responden.....	47
4.4. Karakteristik Pendapatan Responden.....	48
4.5. Karakteristik Status Pernikahan Responden.....	49
4.6. Karakteristik Pekerjaan Responden.....	50
4.7. Kategori Mean masing-masing variable.....	51
4.8. Tanggapan Responden terhadap Variabel Citra Merek.....	52
4.9. Tanggapan Responden terhadap Persepsi Kualitas Produk.....	53
4.10.. Tanggapan Responden terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	55
4.11. Hasil Pengujian Validitas masing-masing Variabel.....	57
4.12. Hasil Pengujian Reliabilitas.....	58
4.13. Hasil Uji Regresi Berganda.....	59
4.14. Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	61
4.15. Hasil Analisis Uji F.....	62
4.16. Hasil Analisis Uji t.....	64

DAFTAR GAMBAR

2.4.2. Bagan Analisis.....	28
3.1. Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji F.....	40
3.2. Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji t.....	41
4.1. Kurva Distribusi Uji F.....	63
4.2. Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Citra Merek (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	65
4.3. Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Kualitas Produk (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	66

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner
2. Hasil Kuesioner
3. Deskriptif responden
4. Uji Validitas
5. Uji Reliabilitas
6. Uji Regresi Linier Berganda, Uji F dan Uji t
7. Tabel Pengujian Nilai F dan t