

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN EKUITAS MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EMINA DI KOTA
PADANG**



PUTRI MAULINA RATU FANESA

1810011211001

DOSEN PEMBIMBING :

IRDA, S.E.,M.A

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUNG HATTA
2022**

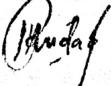
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini Pembimbing Skripsi dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bung Hatta, menyatakan:

Nama : PUTRI MAULINA RATU FANESA
NPM : 1810011211001
Program Studi : Strata Satu (S1)
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Ekuitas Merek
Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina Di
Kota Padang.

Telah disetujui skripsi ini sesuai prosedur, ketentuan, dan kelaziman yang berlaku
dan telah dinyatakan **LULUS** dalam ujian komprehensif pada hari Jum'at 11 Februari
2022.

Pembimbing Skripsi



Irda, S.E., M.A

Disetujui oleh

Dekan-Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Bung Hatta



Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN EQUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EMINA DI KOTA PADANG

Putri Maulina Ratu Fanesa¹, Irdha²

¹Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

E-mail : pmrfanesa@gmail.com, irda@bunghatta.ac.id

Abstrak.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan ekuitas merek terhadap keputusan pembelian produk emina. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan menyebarluaskan kuesioner. Populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini konsumen produk Emina di Kota Padang yang berjumlah 80 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Metode analisa data dalam penelitian ini adalah SPSS 24.0. Teknik analisis kuantitatif digunakan untuk menguji dua hipotesis melalui survei yang menggunakan skala likert lima poin. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa (1) Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian, (2) Citra Merek tidak berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian

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

Abstract.

This study aims to analyze the effect of product quality and brand equity on purchasing decisions of Emina products. This study uses data collection methods by distributing questionnaires. The population and sample used in this research are consumers of Emina products in the city of Padang, totaling 80 respondents. The sampling technique in this research is purposive sampling. The data analysis method in this research is SPSS 24.0. Quantitative analysis techniques were used to test two hypotheses through a survey using a five-point Likert scale. From the results of the study it can be concluded that (1) Product Quality has a positive effect on Purchase Decisions, (2) Brand Image does not have a positive influence on Purchase Decisions

Keywords: *Product Quality, Brand Image, Purchasing Decisions*

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II.....	9
KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	9
2.1 Kajian Literatur.....	9
2.1.2 Pentingnya Keputusan Pembelian.....	10
2.1.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	10
2.2 Kualitas Produk.....	14
2.3.1 Ekuitas Merek.....	15
2.3.1.2 Peranan Ekuitas Merek.....	16

2.2 Pengembangan Hipotesis.....	17
2.2.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	17
2.2.2 Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	17
2.3 Kerangka Konseptual.....	19
BAB III.....	20
METODE PENELITIAN.....	20
3.1 Objek Penelitian.....	20
3.2 Populasi dan Sampel.....	20
3.2.1 Populasi.....	20
3.2.2 Sampel.....	20
3.3 Jenis data dan Sumber Data.....	21
3.3.1 Jenis Data.....	21
3.3.2 Sumber Data.....	21
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	21
3.4 Definisi dan Operasional Variabel.....	21
3.4.1 Kualitas Produk.....	21
3.4.1.2 Indikator Kualitas Produk.....	22
3.4.2 Ekuitas Merek.....	23
3.4.2.1 Indikator Ekuitas Merek.....	23
3.4.3 Keputusan Pembelian.....	24
3.4.3.1 Indikator Keputusan Pembelian.....	24
3.5 Pengukuran Instrumen.....	24
3.6 Teknik Analisa Data.....	25
3.6.1 Uji Validad dan Reabilitas.....	25
3.6.1.1 Uji Validitas.....	25
3.6.1.2 Uji Reabilitas.....	25
3.6.2 Analisis Deskriptif.....	25

3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	27
3.6.3.1 Uji Normalitas.....	27
3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	28
3.6.5 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	28
3.6.6 Uji F- Statistik.....	29
3.6.7 Uji Hipotesis (Uji T-Statistik).....	30
BAB IV.....	31
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	31
4.1 Deskriptif Umum Responden.....	31
4.1.1. Response Rate.....	31
4.1.2 Profil Responden.....	32
4.1.2.2 Identitas Responden Umur.....	33
4.1.2.3 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	34
4.2 Uji Validitas dan Reabilitas.....	35
4.2.1 Uji Validitas.....	35
4.2.1.1 Keputusan Pembelian.....	35
4.2.1.2 Kualitas Produk.....	36
4.2.1.3 Ekuitas Merek.....	37
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	38
4.3 Analisis Deskripstif.....	39
4.3.1 Keputusan Pembelian.....	39
4.3.2 Kualitas Produk.....	40
4.3.3 Ekuitas Merek.....	41
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	42
4.4.1 Uji Normalis.....	42
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	43
4.6 Pengujian Hipotesis.....	45

4.6.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	45
4.6.2 Uji F-tes Statistik.....	45
4.6.3 Uji T-tes Statistik.....	46
4.2 Pembahasan.....	47
4.2.1 Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	47
4.2.2 Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	48
BAB V.....	50
PENUTUP.....	50
5.1. Kesimpulan.....	50
5.2 Saran-Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA.....	51