

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINYAK
GORENG SANIA
(Studi Kasus pada Ibu Rumah Tangga di Kota Padang)**

SKRIPSI



Oleh:

**RISA SEPTIANA
1810011211018**

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen*

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUNG HATTA
PADANG
2022**

HALAMAN PENGESAHAN

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

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

Nama : Risa Septiana

Npm : 1810011211018

Program Studi : Strata Satu (S1)

Jurusan : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng sania (Studi Kasus pada Ibu Rumah Tangga di Kota Padang)

Telah disetujui Skripsinya sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku yang telah diuji dan dinyatakan **LULUS** dalam ujian komprehensif pada hari Sabtu, 23 Juli 2022.

Pembimbing



Mery Trianita, S.E., MM

Disetujui oleh,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Bung Hatta



Dr. Erni Febrina Harahap, SE.,M.Si

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINYAK GORENG SANIA

(Studi Kasus pada Ibu Rumah Tangga di Kota Padang)

Risa Septiana¹, Mery Trianita, S.E., M.M²,

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

E-mail: septianar265@gmail.com , merytrianita@bunghatta.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh kualitas produk dan kepercayaan merek, terhadap Keputusan Pembelian. Populasi adalah ibu rumah tangga di kota padang, dengan jumlah sampel sebanyak 60 responden. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan adalah data primer melalui penyebaran kuesioner secara langsung. Metode analisa data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Uji hipotesis dengan menggunakan uji T-test statistik untuk membuktikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial atau individu. Dari hasil penelitian ini menemukan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk minyak goreng sania di kota padang, sedangkan kepercayaan Merek tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk minyak goreng sania di kota padang.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kepercayaan merek, Keputusan Pembelian

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND BRAND TRUST ON
THE PURCHASING DECISION OF SANIA COOKING OIL**

(Case study on housewives in the city of padang)

Risa Septiana¹, Mery Trianita, S.E., M.M²,

*Department of Management, Faculty of Economics and Business, Bung Hatta
University*

E-mail: septianar265@gmail.com , merytrianita@bunghatta.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality and brand trust on purchasing decisions. The population is housewives in the city of Padang, with a sample of 60 respondents. The technique used in sampling is purposive sampling. The type of data used is primary data through direct questionnaires. The data analysis method used is multiple linear regression. Test the hypothesis by using a statistical T-test to prove the effect of the independent variable on the dependent variable partially or individually. From the results of this test, it can be concluded that product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, while brand trust has no effect on purchasing decisions

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

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN.....	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR.....	iv
DAFTAR LAMPIRAN.....	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	9
2.1 Kajian Literatur	9
2.1.1 Keputusan Pembelian	9
2.1.2 Kualitas Produk.....	12
2.1.3 Kepercayaan Merek	14
2.2 Pengembangan Hipotesis	22
2.2.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	22
2.2.2 Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian	23
2.3 Kerangka Konseptual	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Objek Penelitian	25
3.2 Populasi dan Sampel	25
3.2.1 Populasi.....	25
3.2.2 Sampel	25

3.2.3 Teknik pengambilan sampel	25
3.3 Teknik Pengumpulan Data	25
3.4 Jenis Data dan Sumber Data	25
3.4.1 Jenis data	25
3.4.2 Sumber data	25
3.5 Definisi Operasional Variabel	26
3.5.1 Keputusan Pembelian (Y)	26
3.5.2 Kualitas Produk (X_1)	26
3.5.3 Kepercayaan Merek (X_2)	26
3.6 Pengukuran Instrumen	27
3.7 Teknik Analisis Data	28
3.7.1 Uji Validitas Dan Reliabilitas	28
3.7.2 Analisis Deskriptif	30
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	30
3.7.4 Analisis Regresi Linear Berganda	31
3.7.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	31
3.7.6 Uji F-Statistik	32
3.7.7 Uji Hipotesis (Uji t-Statistik)	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	34
4.1 Deskripsi Umum Responden	34
4.1.1 Profil Responden Berdasarkan Usia	34
4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	35
4.1.3 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	35
4.1.4 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	36
4.1.5 Profil Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga	37
4.1.6 Profil Responden Berdasarkan Kebutuhan Minyak Goreng	38
4.2 Uji Validitas Dan Reliabilitas	38
4.2.1 Uji Validitas	38
4.2.2 Uji Reliabilitas	41

4.3 Analisis Deskriptif.....	42
4.3.1 Keputusan Pembelian.....	42
4.3.2 Kualitas Produk.....	44
4.3.3 Kepercayaan Merek.....	45
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	47
4.4.1 Uji Normalitas.....	47
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda	47
4.6 Pengujian Hipotesis.....	49
4.6.1 Uji Koefisien Determinasi.....	49
4.6.2 Uji F Tes Statistic.....	50
4.6.3 Uji T Tes Statistic.....	50
4.7 Pembahasan.....	51
4.7.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minyak Goreng Sania Di Kota Padang.....	51
4.7.2 Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minyak Goreng Sania Di Kota Padang.....	52
BAB V PENUTUP.....	55
5.1 Kesimpulan.....	55
5.2 Implikasi Penelitian.....	55
5.3 Saran.....	55
5.4 Keterbatasan Penelitian	56
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN.....	60