

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN
CITRA MERK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA ERIGO STORE MALANG**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi sebagai persyaratan
Dalam memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi: Manajemen**



**Disusun oleh:
ALIF NOR ROCHMAN
19022000269**

**UNIVERSITAS MERDEKA MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2023**

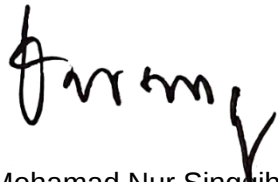
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Alif Nor Rochman
NIM : 19022000269
Universitas : Universitas Merdeka Malang
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN CITRA
MERK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
ERIGO STORE MALANG**

Malang, 21 Agustus 2023

DISETUJUI DAN DITERIMA

Ketua Program Studi



(Drs. Mohamad Nur Singgih. SE., MM)

Dosen Pembimbing



(Dr. Syaiful Arifin, S.E., M.Si)



Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



(Dr. Rudy Wahyono, SE., M.Si)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN CITRA MERK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ERIGO STORE MALANG

Dipersiapkan dan Disusun oleh :

ALIF NOR ROCHMAN

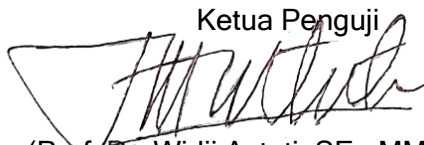
19022000269

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji

Pada Tanggal 2023

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji



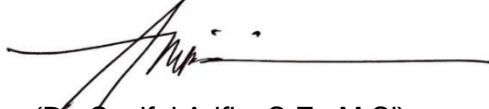
(Prof. Dr. Widji Astuti, SE., MM., CPM.A)

Sekretaris Penguji



(Drs. Nirwana., MM)

Anggota Penguji



(Dr. Syaiful Arifin, S.E., M.Si)

Skripsi ini telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis

Malang, 21 Agustus 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Universitas Merdeka Malang

Fakultas Ekonomi dan Bisnis



(Dr. Rudy Wahyono, SE.,M.Si)

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Alif Nor Rochman
Nomor Pokok : 19022000269
Program Studi : Manajemen
Bidang Kajian Skripsi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Erigo Store Malang
Lokasi/Tempat yang diteliti : Jalan Niaga No. 3A Kota Malang
Alamat Rumah Asal : Jalan Klayatan 1 No.02 RT. 02 RW.12 Kec. Sukun Kota Malang
No. Telp/HP : 081357374961

Dengan ini menyatakan bahwa saya benar-benar melakukan penelitian dan penulisan skripsi tersebut di atas adalah benar-benar karya saya dan tidak melakukan plagiasi. Jika saya melakukan plagiasi maka saya bersedia untuk dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 21 Agustus 2023



(Alif Nor Rochman)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Alif Nor Rochman

Nomor Pokok : 19022000269

Universitas : Universitas Merdeka Malang

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Program Studi : S1 Manajemen

Tempat Dan Tgl.Lahir : Malang, 31 Agustus 2000

Alamat : Jalan Klayatan 1 No.2 Sukun, Malang

Nama Orang Tua (Ayah) : Sutrisno

(Ibu) : Andrini Karya Devi

Riwayat pendidikan : 2007 – 2013 MIN 2 Malang

: 2013 – 2016 SMPN 19 Malang

: 2016 – 2019 SMKN 04 Malang

: 2019 – 2023 Program Studi S1 Manajemen Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang senantiasa menuntun dan memberi kekuatan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN CITRA MERK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ERIGO STORE MALANG”**. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan studi Strata Satu (S1) dan untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.

Dengan penuh kesadaran penulis mengakui bahwa tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak tentu penulisan skripsi ini tidak akan berjalan semestinya. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang tidak terhingga kepada orang-orang yang telah berperan sehingga terselesaikannya skripsi ini. Ucapan terimakasih penulis ucapkan kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa, karena kami selalu diberikan kesehatan dan tanpa izin-Nya kami tidak bisa melaksanakan semua kegiatan dengan baik dan lancar.
2. Bapak Dr. Syaiful Arifin, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan juga motivasi, mendukung dan membimbing dalam proses penyelesaian skripsi ini.

3. Bapak Drs. Mohamad Nur Singgih. SE., MM selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang
4. Ibu Krisnawuri Handayani. SE., MM selaku sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang dan selaku dosen wali saya yang selalu membimbing dan membantu saya selama perkuliahan.
5. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu dan pengalaman bagi saya.
6. Seluruh keluarga terutama kedua orang tua dan keluarga besar saya. Karena tanpa doa dan dukungan dari mereka penulis tidak akan dapat menyelesaikan perkuliahan dengan baik.

Penulis menyadari dengan sepenuhnya bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna oleh karena itu segala kritik dan saran positif dari pembaca sangat penulis harapkan demi tercapainya kesempurnaan skripsi dan semoga skripsi ini bermanfaat sebagai penambahan bekal ilmu pengetahuan bagi pihak-pihak yang membacanya.

Malang, 21 Agustus 2023



Alif Nor Rochman

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Kegunaan Penelitian.....	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
A. Tinjauan Teori.....	9
1. Keputusan Pembelian	9
2. Kualitas Produk.....	15
3. Promosi	18
4. Citra Merek	21
5. Penelitian Terdahulu	23
6. Hubungan Antar Variabel	30
7. Kerangka Konseptual.....	33
B. Pengembangan Hipotesis.....	35

BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Definisi Operasional Variabel.....	36
1. Valriabel Independen (X)	36
2. Variabel Dependen (Y)	37
3. Instrumen Penelitian	37
B. Ruang Lingkup Penelitian.....	40
C. Lokasi Penelitian	40
D. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	40
1. Populasi.....	40
2. Sampel Penelitian	40
3. Jumlah Sampel.....	41
4. Teknik Pengambilan Sampel	41
E. Jenis dan Sumber Data	42
1. Jenis Data Penelitian.....	42
a) Kualitatif.....	42
2. Sumber Data Penelitian	43
F. Teknik Pengumpulan Data	43
G. Teknik Analisis Data.....	44
1) Uji Validitas	44
2) Uji Reliabilitas	44
3) Al nalisis Deskriptif	45
4) Uji Alsumsi Klalsik	45
5) Uji Normallitas	46
6) Uji Multikolineal ritals.....	46
7) Uji Heterokedastisitas	47
8) Al nalisis Regresi Linier Bergalndal	47
9) Uji Hipotesis	48
10) Uji F (Simultan)	48
11) Uji T (Parsial).....	49
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
A. HASIL PENELITIAN.....	50
1. Sejarah Erigo.....	50
2. Karakteristik Responden.....	50
3. Analisis deskriptif.....	53
B. HASIL ANALISIS DATA.....	67
1. Uji Validitas	67
2. Uji Reliabilitas	69
3. Uji Normalitas	69

4. Uji Multikolinearitas	70
5. Uji Heterokedastisitas	71
6. Analisa Regresi Linier Berganda	72
7. Uji F (Simultan)	74
8. Uji T (Parsial)	74
9. Koefisien Determinasi	75
C. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....	76
1. Pengaruh kualitas produk, promosi dan citra merk terhadap keputusan pembelian pada Erigo Store Malang	76
2. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Erigo Store Malang	77
3. Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada Erigo Store Malang	78
4. Pengaruh citra merk terhadap keputusan pembelian pada Erigo Store Malang	79
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	 80
A. Kesimpulan	80
B. Saran	81
 DAFTAR PUSTAKA	 82
LAMPIRAN	84

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 2 Bobot Nilai Jawaban Responden	38
Tabel 3 Instrumen Penelitian.....	38
Tabel 4 Usia Responden.....	51
Tabel 5 Jenis Kelamin Responden.....	51
Tabel 6 Karkteristik Pekerjaan Responden.....	52
Tabel 7 Distribusi Frekuensi Item Kualitas Produk (X1)	53
Tabel 8 Distribusi Frekuensi Item Promosi (X2)	58
Tabel 9Distribusi Frekuensi Item Citra Merk (X3).....	61
Tabel 10 Distribusi Frekuensi Item Keputusan Pembelian (Y).....	64
Tabel 11 Hasil Uji Validitas	67
Tabel 12 Hasil Uji Reliabilitas	69
Tabel 13 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	69
Tabel 14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	70
Tabel 15 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	72
Tabel 16 Hasil Uji F.....	74
Tabel 17 Hasil Uji t.....	74
Tabel 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Proses Keputusan Pembelian	11
Gambar 2 Kerangka Konseptual	34
Gambar 3 Hasil Uji Normalitas	70
Gambar 4 Hasil Uji Heterokedastisitas	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 KUISIIONER PENELITIAN.....	84
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	87
Lampiran 3 Output SPSS.....	108
Lampiran 4 BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI	117
Lampiran 5 PERBAIKAN SKRIPSI	118
Lampiran 6 HASIL TURNITIN	119

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk yang memiliki indikator kinerja produk, keandalan, fitur, daya tahan, konsisten dan desain terhadap keputusan pembelian kemudian pengaruh promosi yang memiliki indikator frekuensi penjualan, kualitas promosi, ketepatan waktu dan waktu promosi terhadap keputusan pembelian dan pengaruh citra merek yang memiliki indikator citra pembuat, citra pemakai dan citra produk terhadap keputusan pembelian pada Erigo Store Malang. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Populasi yang ada dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah melakukan pembelian produk di Erigo Store Malang. Sampel yang digunakan sebanyak 85 responden. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan penyebaran kuesioner (angket). Teknik analisis data yaitu dengan teknik deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk menganalisis suatu permasalahan yang terjadi dalam suatu penelitian. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan Statistical Package for Social Sciences (SPSS) 16. Jenis data yang dipakai adalah data kuantitatif dan sumber data yang dipakai adalah data primer. Secara simultan kualitas produk, promosi dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Erigo Store Malang

Kata kunci : *Kualitas Produk , Promosi, Citra Merk, Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality which has indicators of product performance, reliability, features, durability, consistency and design on purchasing decisions then the influence of promotions which have indicators of sales frequency, promotion quality, timeliness and timing of promotions on purchasing decisions and the influence of image brand that has indicators of maker image, user image and product image on purchasing decisions at ErigoStore Malang. This type of research used is quantitative research. The population in this study are consumers who have purchased products at Erigo Store Malang. The sample used was 85 respondents. Data collection techniques in this study used a questionnaire (questionnaire). The data analysis technique is a quantitative descriptive technique that aims to analyze a problem that occurs in a study. The analytical tool used in this research is multiple linear regression analysis with the help of Statistical Package for Social Sciences (SPSS) 16. The type of data used is quantitative data and the data source used is primary data. Simultaneously product quality, promotion and brand image affect purchasing decisions at Erigo Store Malang

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