



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA.

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SHALTER DISTRO  
TANGERANG**

SKRIPSI

Alfin Bagus Eko Wibowo

1302015014

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
2018**



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA.

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SHALTER DISTRO  
TANGERANG**

SKRIPSI

Alfin Bagus Eko Wibowo

1302015014

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
2018**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SHALTER DISTRO TANGERANG”** merupakan hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagian bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA atau perguruan tinggi lainnya.

Semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau jiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Jakarta, Januari 2018



(Alfin Bagus Eko Wibowo)

NIM 1302015014

**PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI**

**JUDUL : PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI SHALTER DISTRO TANGERANG**

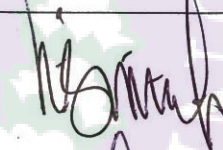
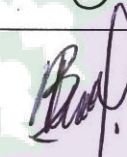
**NAMA : ALVIN BAGUS EKO WIBOWO**

**NIM : 1302015014**

**PROGRAM STUDI : MANAJEMEN**

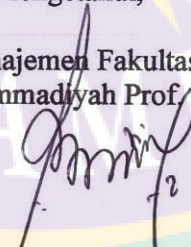
**TAHUN AKADEMIK : 2018**

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan dalam ujian skripsi:

Pembimbing I	Ety Rochaety, SE, M.M.	
Pembimbing II	Dr. Budi Permana Yusuf, M.M.	

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

  
Faizal Ridwan Zamzany, S.E., M.M.

**PENGESAHAN SKRIPSI**

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SHALTER DISTRO  
TANGERANG**

Disusun oleh:  
Alfin Bagus Eko Wibowo  
1302015014

telah diperiksa dan dipertahankan di depan panitia ujian kesarjanaan strata-satu  
(S1) Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof.

**DR. HAMKA**

Pada tanggal: 24 Februari 2018

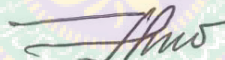
**Tim penguji:**

Ketua, merangkap anggota:



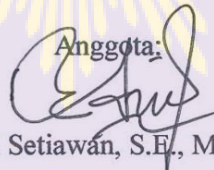
(Dr., Bambang Dwi Hartono, M.M.)

Sekretaris, merangkap anggota:



(Yusdi Daulay, S.E., M.M.)

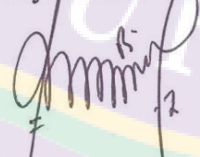
Anggota:



(Edi Setiawan, S.E., M.M.)

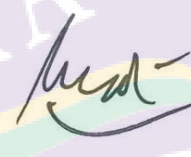
**Mengetahui,**

Ketua Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas  
Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA



(Faizal Ridwan Zamzany, S.E., M.M.)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah  
Prof. Dr. HAMKA



(Nuryadi Wijiharjono, S.E., M.M.)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

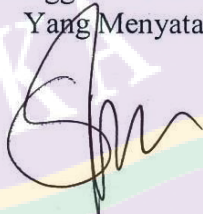
Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Alfin Bagus Eko Wibowo  
NIM : 1302015014  
Program Studi: Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA  
Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Prof. DR.HAMKA **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : **“PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SHALTER DISTRO TANGERANG”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA berhak menyimpan, mengalih median, mengelola, dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Jakarta  
Pada tanggal: Januari 2018  
Yang Menyatakan

  
(Alfin Bagus Eko Wibowo)

## ABSTRAK

**Alvin Bagus Eko Wibowo (1302015014)**

### **PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI SHALTER DISTRO TANGERANG**

*Skripsi. Program Strata Satu Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka. 2017. Jakarta.*

Kata kunci :Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian Konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Shalter distro Tangerang.

Dalam penelitian ini digunakan metode *survei*, yaitu untuk menjelaskan pengaruh antara variabel bebas yaitu Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian Konsumen dan menjelaskan hubungan antar variabel. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Shalter distro Tangerang yang berjumlah 92 responden. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah teknik *nonprobability sampling* dengan metode *sampling aksidental*. Teknik pengolahan dan analisis data meliputi uji validitas kuisisioner, uji reliabilitas, analisis statistik deskriptif, analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji hipotesis dan analisis koefisien determinasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Kemudian kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Citra merek dan kualitas produk secara simultan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

## ABSTRACT

**Alvin Good Eko Wibowo (1302015014)**

**EFFECT OF BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY ON DECISION PURCHASE OF CONSUMER IN SHALTER DISTRO TANGERANG.**

*Thesis Program Strata One. Faculty of Economics and Business Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka. 2017. Jakarta.*

*Keyword : Keywords: Brand Image, Product Quality, Consumer Purchase Decision.*

This study aims to determine how the influence of brand image and product quality to consumer purchasing decisions at Shalter distro Tangerang.

In this research used survey method, that is to explain influence between independent variable that is Brand Image and Product Quality to dependent variable that is Consumer Purchasing Decision and explain relation between variable. The population in this study is consumer Shalter Tangerang distro which amounted to 92 respondents. Sampling technique in this research is nonprobability sampling technique with accidental sampling method. Processing and data analysis techniques include questionnaire validity test, reliability test, descriptive statistical analysis, multiple linear regression analysis, classical assumption test, hypothesis test and coefficient of determination analysis.

The results of this study indicate that the brand image partially have a positive and significant impact on consumer purchasing decisions. Then the quality of products partially have a positive and significant impact on consumer purchasing decisions. Brand image and product quality simultaneously also have a positive and significant impact on consumer purchasing decisions.



## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas karunia-Nya yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul: “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shalter Distro Tangerang”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana ekonomi.

Pada kesempatan ini saya penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. DR. Suyatno, M.Pd. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
2. Bapak Nuryadi Wijiharjono, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA dan jajarannya.
3. Bapak Faizal Ridwan Zamzany, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA.
4. Ibu Ety Rochaety, SE., M.M. selaku Dosen Pembimbing I. Terimakasih atas bimbingan dan saran-saran dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak Dr. Budi Permana Yusuf, M.M. selaku Dosen Pembimbing II. Terimakasih atas bimbingan dan saran-saran dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Alm. Bapak Siswandi, SE., M.M., selaku dosen Pembimbing Akademik yang senantiasa memberikan bimbingan selama menuntut ilmu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, semoga husnul khotimah.
7. Terima kasih atas semua ilmu dan pengetahuan yang telah diberikan Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

8. Ayahanda tersayang Mahfud dan Ibunda tercinta Siti Masruroh yang selalu memberikan semangat, motivasi, doa, kasih sayang dan dukungan baik moril maupun materil, terimakasih untuk setiap cucuran keringat kalian.
9. Adik Adik tersayang Ridho, Faris dan Syafiq yang selalu memberikan semangat dan doa.
10. Sahabat sahabat tersayang di perumahan Taman Adiyasa Tangerang
11. Teman-teman kelas A angkatan 2013 yang senasib dan seperjuangan, memberikan dukungan dan membantu dalam menyelesaikan skripsi. Sukses untuk kita semua.
12. Serta semua pihak yang namanya tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memotivasi dan membantu dalam penyusunan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan atas bantuan yang telah diberikan kepada saya berupa rahmat-Nya.

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik membangun, saran dan masukan dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat yang baik bagi semua pihak.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Jakarta, Januari 2018

Penulis

(Alvin Bagus Eko Wibowo)

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>PERNYATAAN ORISINILITAS</b> .....	ii
<b>PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b> .....	v
<b>RINGKASAN</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Permasalahan .....	3
<i>1.2.1 Identifikasi Masalah</i> .....	3

1.2.2	<i>Pembatasan Masalah</i> .....	4
1.2.3	<i>Perumusan Masalah</i> .....	4
1.3	Tujuan Penelitian .....	4
1.4	Manfaat Penelitian .....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>		
2.1	Gambaran Penelitian Terdahulu .....	6
2.2	Telaah Teori .....	10
2.2.1	<i>Citra Merek</i> .....	9
2.2.1.1	<i>Pengertian Citra Merek</i> .....	9
2.2.1.2	<i>Dimensi Citra Merek</i> .....	11
2.2.2	<i>Kualitas Produk</i> .....	12
2.2.2.1	<i>Pengertian Kualitas Produk</i> .....	12
2.2.2.2	<i>Manfaat Kualitas</i> .....	13
2.2.2.3	<i>Dimensi Kualitas Produk</i> .....	13
2.2.3	<i>Keputusan Pembelian Konsumen</i> .....	14
2.2.3.1	<i>Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen</i> .....	14
2.2.3.2	<i>Dimensi Keputusan Pembelian Konsumen</i> .....	16
2.3	Kerangka Pemikiran Teoritis .....	18
2.4	Rumusan Hipotesis .....	20

## **BAB III METODELOGI PENELITIAN**

3.1 Metode Penelitian .....	21
3.2 Operasional Variabel .....	22
3.3 Populasi dan Sample.....	25
3.3.1 Populasi.....	25
3.3.2 Sampel .....	25
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	26
3.4.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....	26
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data .....	26
3.5 Teknik Pengolahan dan Analisi Data.....	28
3.5.1 Teknik Pengolahan.....	28
3.5.1.1 Uji Validitas Kuisisioner.....	28
3.5.1.2 Uji Realibilitas.....	28
3.5.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	29
3.5.3 Analisis Model Regresi Linier Berganda.....	30
3.5.3.1 Model Regresi Linier Berganda.....	30
3.5.3.2 Analisis Korelasi .....	30
3.5.3.3 Uji Asumsi Klasik .....	32
3.5.3.4 Analisis Koefisien Determinasi .....	36
3.5.3.4 Uji Hipotesis .....	37

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	39
4.1.1 Lokasi Penelitian .....	40
4.1.2 Sejarah Singkat Perusahaan .....	40
4.2 Data Pembahasan .....	40
4.2.1 Identitas Responden .....	40
4.2.2 Analisis Per Variabel .....	42
4.4.2.1 Citra Merek.....	42
4.4.2.2 Kualitas Produk .....	48
4.4.2.3 Keputusan Pembelian Konsumen.....	61
4.3 Uji Validitas Data .....	69
4.3.1 Uji Validitas Kuisisioner .....	69
4.3.2 Uji Realibilitas .....	71
4.3.3 Analisis Statistik Deskriptif .....	73
4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda .....	74
4.3.4.1 Model Regresi Linier Berganda .....	74
4.3.5. Uji Asumsi Klasik .....	76
4.3.5.1 Uji Normalitas .....	76
4.3.5.2 Uji Multikolinieritas .....	78
4.3.4.3 Uji Heteroskedestisitas .....	79

4.3.4.4 Rangkuman Uji Asumsi Klasik .....	80
4.3.5 Koefesien Korelasi .....	81
4.3.6 Analisis Koefesien Determinasi .....	83
4.3.7 Uji Hipotesis .....	85
4.3.7.1 Uji Statistik <i>t</i> .....	86
4.3.7.2 Uji Statistik <i>f</i> .....	87
4.4 Interpretasi .....	88

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	93
5.2 Saran .....	94

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

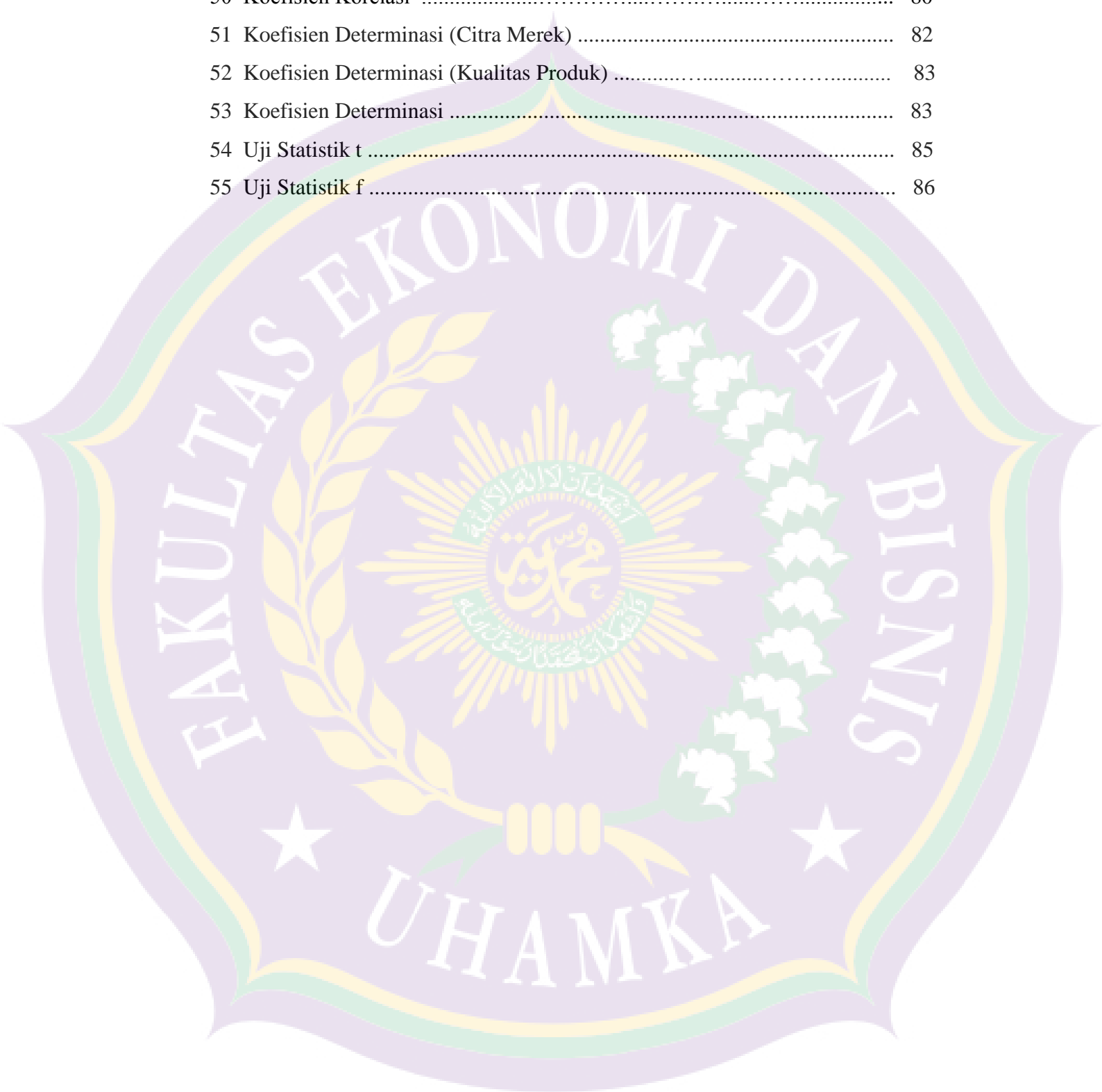
## DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1	Data Pendapatan Shalter Distro Tangerang.....	2
2	Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	7
3	Operasional Variabel .....	23
4	Skala Nilai Skala Likert .....	27
5	Interpretasi Koefisien Nilai R .....	31
6	Pengambilan Keputusan Ada Tidaknya Autokorelasi .....	35
7	Jenis Kelamin .....	39
8	Usia Responden .....	39
9	Pendidikan Responden .....	40
10	Penghasilan Responden .....	41
11	Popularitas merek Shalter distro cukup baik.....	43
12	Kepercayaan konsumen terhadap Shalter Distro.....	43
13	Saya memakai produk Shalter distro meningkatkan nilai sosial.....	44
14	Saya ingin membeli ulang karena keunggulan dari produk Shalter distro .	44
15	Desain produk Shalter distro cukup baik.....	45
16	Kualitas produk Shalter distro cukup baik.....	46
17	Indikator Citra Merek (X1).....	47
18	Ukuran produk Shalter distro sangat baik.....	47
19	Model produk mengikuti perkembangan tren.....	48
20	Tema produk Shalter distro up to date.....	49
21	Harga di Shalter distro terjangkau.....	50
22	Kartu pelanggan di Shalter distro menguntungkan saya.....	50
23	Kualitas pelayanan di Shalter distro cukup baik.....	51
24	Kualitas sablon produk Shalter distro cukup baik.....	52
25	Kualitas bahan produk Shalter distro sangat baik.....	52
26	Produk baju Shalter distro tahan lama.....	53



27	Produk celana Shalter distro tahan lama.....	54
28	Produk Shalter distro melalui proses seleksi.....	55
29	Kualitas jahitan produk Shalter distro sangat rapih.....	55
30	Shalter distro memberikan jaminan penukaran produk .....	56
31	Shalter distro selalu menanggapi keluhan konsumen.....	57
32	Desain produk Shalter distro sangat menarik.....	57
33	Produk Shalter distro sangat berkualitas.....	58
34	Indikator Kualitas Produk (X2).....	59
35	Melakukan pembelian Shalter distro atas dasar kebutuhan.....	60
36	Melakukan pembelian di Shalter distro karena kualitasnya.....	61
37	Melakukan pembelian di Shalter distro karena informasi dari sosial media.....	62
38	Melakukan pembelian di Shalter distro atas dasar rekomendasi .....	62
39	Saya membeli produk di Shalter distro karena sangat dekat .....	63
40	Saya membeli produk di Shalter distro karena faktor merek.....	64
41	Saya membeli produk karena faktor loyalitas.....	64
42	Saya selalu membeli produk dishalter distro .....	65
43	Saya merasa puas membeli produk di Shalter distro.....	66
44	Saya ingin membeli ulang produk Shalter distro karena faktor kepuasan.....	66
45	Indikator Keputusan Pembelian Konsumen (Y).....	68
40	Uji Validitas Variabel X1 .....	69
41	Uji Validitas Variabel X2 .....	69
42	Uji Validitas Variabel Y .....	70
43	Uji Reliability X1 .....	71
44	Uji Reliability X2 .....	71
45	Uji Reliability Y .....	71
46	Analisis Deskriptif Statistik .....	72
47	Regresi Linear Berganda .....	74
48	Uji Normalitas .....	76
49	Uji Multikolineritas .....	78

50 Koefisien Korelasi .....	80
51 Koefisien Determinasi (Citra Merek) .....	82
52 Koefisien Determinasi (Kualitas Produk) .....	83
53 Koefisien Determinasi .....	83
54 Uji Statistik t .....	85
55 Uji Statistik f .....	86



## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1	Dimensi Keputusan Pembelian Lima Tahap .....	3
2	Kerangka Pemikiran Teoritis .....	19
3	Sturktur Organisasi Shalter Distro Tangerang .....	40
4	Uji Normalitas .....	77
5	Uji Heteroskedesitas .....	79

## DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1	Daftar Riayat Hidup .....	1/39
2	Kuesioner Penelitian .....	2/39
3	Karakteristik Responden .....	7/39
4	Data Hasil Kuesioner .....	11/39
5	Hasil Output SPSS Uji Validitas .....	23/39
6	Hasil Output SPSS Uji Realibilitas .....	31/39
7	Hasil Output SPSS Analisis Deskriptif Statistik, Analisis Linear Berganda dan Analisis Korelasi .....	33/39
8	Hasil Output SPSS Uji Asumsi Klasik .....	35/39
9	Hasil Output SPSS Uji Hipotesis .....	36/39
10	Hasil Output SPSS Uji Analisis Koefisien Determinasi .....	37/39

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Pada masa era globalisasi saat ini, kemajuan teknologi serta ilmu pengetahuan dapat membawa dampak dan pengaruh yang sangat berarti untuk perkembangan perekonomian di negara kita dalam bidang usaha, baik secara umum maupun pada perusahaan bisnis khususnya. Sejalan dengan hal tersebut banyak bermunculan perusahaan dagang yang bergerak pada bidang perdagangan eceran (*retailing*) yang berbentuk seperti distro, *mini market*, *department store* (toserba), pasar swalayan (*supermarket*), dan lain-lain.

Kecenderungan masyarakat indonesia khususnya anak muda senang memperhatikan *fashion* dan asesoris. Gaya hidup seperti ini berakibat pada tingginya permintaan terhadap produk *fashion*, keadaan tersebut mendorong para pengusaha retail (distro) harus benar benar memahami apa yang diinginkan konsumen. *Brand Image* merupakan faktor yang mempengaruhi, *Brand Image* yang kuat atau lebih dikenal dan kualitas produk yang baik sangat menentukan keputusan pembelian konsumen.

Distro atau *distribution store* merupakan toko yang menjual berbagai produk (*t-shirt*, kemeja, *flannel*, *hoodie*, tas, celana, dompet, dll.) yang berfungsi menerima titipan dari berbagai macam merek *clothing company*. Sedangkan *clothing* adalah produsen yang memproduksi sendiri semua produk dengan label sendiri pula. Sebuah *clothing* bisa memiliki toko sendiri atau hanya sekedar

menitipkan produk mereka di distro. Dalam perkembangannya, distro merupakan tempat menjual produk-produk clothing.

Citra merek salah satu aspek penting dalam sebuah merek, citra merek (*brand image*) dibangun dengan menciptakan *image* dari suatu produk, Konsumen akan merasa puas dan akan membayar lebih tinggi dan menganggapnya berbeda karena Citra Merek (*brand image*) ini mempunyai keunggulan tertentu. Citra merek bertujuan untuk memenuhi hasrat konsumen untuk membentuk citra merek yang diinginkan. Fandy Tjiptono, 2005 dalam Suliyastri (2012: 4) menyebutkan bahwa brand image adalah deskripsi tentang asosiasi keyakinan konsumen terhadap merek tertentu.

Kualitas produk menjadi salah satu bagian terpenting untuk konsumen dalam memutuskan pembelian produk, kualitas yang baik membuat konsumen merasa puas dalam membeli suatu produk. Perlu adanya pemikiran matang bagi produsen dalam menentukan kualitas suatu produk, sehingga dapat berkontribusi besar terhadap keputusan pembelian.

**Tabel 1**

**Data Pendapatan Shalter Distro Tangerang.**

**Bulan Juli 2016 – Mei 2017.**

<b>Bulan</b>	<b>Pendapatan</b>
Oktober	Rp. 78.000.000
November	Rp. 72.000.000
Desember	Rp.104 .000.000

Januari	Rp. 80.000.000
Februari	RP. 73.900.000
Maret	Rp. 64.000.000
April	Rp. 75.000.000
Mei	Rp. 125.500.000
Juni	Rp. 170.000.000
Juli	Rp. 103.000.000

Sumber: Shalter distro Tangerang (2017)

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shalter Distro**

## **1.2 Permasalahan**

### **1.2.1 identifikasi masalah**

Identifikasi yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Citra merek Shalter distro kurang baik, ada sebagian masyarakat yang belum mengenal Shalter distro
2. Kualitas produk Shalter distro masih kurang baik, dibandingkan pesaingnya
3. Sebagian konsumen masih ada yang tawar menawar dalam melakukan pembelian
4. Keputusan pembelian oleh konsumen masih belum memuaskan, konsumen belum loyal terhadap Shalter distro

### **1.2.2 Pembatasan Masalah**

Penelitian ini hanya dibatasi pada pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen Shalter distro Tangerang.

### **1.2.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah dan pembatasan masalah, maka penulis merumuskan masalah yang ada sebagai berikut: Adakah citra merek dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen?

### **1.3 Tujuan penelitian**

Ada beberapa tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini. Adapun tujuan yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis citra merek Shalter distro Tangerang
2. Untuk menganalisis kualitas produk Shalter distro Tangerang
3. Untuk menganalisis keputusan pembelian Shalter distro Tangerang
4. Untuk menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen Shalter distro Tangerang.
5. Untuk menganalisis kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen Shalter distro Tangerang.
6. Untuk menganalisis citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Shalter distro Tangerang.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Besar harapan penulis penelitian ini dapat bermanfaat, serta yang diharapkan penulis dari penelitian ini adalah:



### 1. Manfaat Praktis:

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan serta membantu mendapatkan gambaran tentang faktor-faktor yang diidentifikasi mempengaruhi keputusan pembelian konsumen serta hubungan antar variabel-variabel dalam penelitian ini, sehingga dapat mengambil keputusan dan menerapkan kebijakan yang tepat guna meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

### 2. Manfaat Bagi Mahasiswa:

Sebagai salah satu bahan informasi serta menambah pengetahuan khususnya dalam bidang manajemen pemasaran, mengenai pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen dalam bisnis distro.

### 3. Manfaat Akademis:

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan perbandingan untuk penelitian-penelitian selanjutnya dalam upaya pengembangan ilmu ekonomi, dan berguna juga untuk menjadi referensi bagi mahasiswa yang melakukan kajian terhadap pengaruh-pengaruh perilaku ekonomi dengan permasalahan pada perekonomian tertentu.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Indra Widyanto. Dkk. (2011), Pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian (survei pada konsumen distro planet surf mall olympic garden kota malang). "*Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*". Vol.14, No.1 September 2014.
- Foster, Bob. (2015) *Impact Of Brand Image on Purchasing Decisions on Mineral water Product Amidis (Case Study on Bintang Trading Company)*. *American Research Journal of Humanities and Social Sciences (ARJHSS)* . Vol. 2, Oktober (2016).
- Gaspersz, Vincent. (2011). *Ekonomi Manajerial*. PT Niaga Swadaya: Jakarta Jakarta
- Heizer J Render B. (2012). *Manajemen Operasi Salemba Empat* , Jakarta.
- Ghozali, Imam. (2013), *Aplikasi Analisa Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 (edisi kelima)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip. dan Keller, Kevin Lane. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Ketiga belas. Jakarta : Erlangga.
- \_\_\_\_\_. (2011). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.
- \_\_\_\_\_. (2016): *Marketing Management*, 15<sup>th</sup> Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc
- \_\_\_\_\_. (2013), *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Edisi 13, Erlangga.
- \_\_\_\_\_. (2012). *Marketing Management 13* New Jersey: pearson Prentice Hall, inc.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2012) *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Liya Monalisa Anis. (2015) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap *International Brand Image* serta dampaknya terhadap keputusan pembelian (studi pada mahasiswa pembeli dan pengguna laptop lenovo difakultas ilmu administrasi Universitas Brawijaya). "*Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*". Vol.28, No.2 (2015).

- Permadi G Putra. Dkk. (2011), Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian dan dampaknya terhadap kepuasan konsumen (survei pada mahasiswa administrasi bisnis fakultas ilmu administrasi angkatan 2013-2014 universitas Brawijaya yang melakukan pembelian data kampus). "*Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*". Vol.46, No.1 September (2017).
- Penny Rahmawaty. (2014) Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sari Roti. "*Jurnal Ilmu Manajemen (JAB)*". Vol.11No.2( 2014).
- Paramesti F Musay. Dkk. (2011), Pengaruh *Brand Image* terhadap keputusan pembelian (survei pada konsumen KFC kawi malang). "*Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*". Vol.3, No.2 September (2014).
- Pardede, Ratlan dan Manurung, Reinhard. (2014), *Analisis Jalur (Path Analysis) Teori dan Aplikasi Dalam Riset bisnis*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Roslina. (2010). "Citra Merek: Dimensi, Proses Pengembangan Serta Pengukurannya." *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Volume 6 No 3, Mei (2010).
- Rizan handayani (2015) *Jurnal Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Banding Konsumen Indomie dan Mie Sedap) Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) | Vol. 6, No. 1, (2015)*.
- Riduan dan Kuncoro. (2012), Cara Menggunakan dan Memaknai Path Analysis (Analisis Jalur). Bandung: Alfabeta.
- Setiadi, Nugroho J. (2010). *Perilaku Konsumen*. Cetakan 4. Edisi Revisi. Jakarta : Kencana
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Schiffman and Kanuk (2002: 289) dalam Achmad Indra Widyanto. Dkk. (2011), Pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian (survei pada konsumen distro planet surf mall olympic garden kota malang). "*Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*". Vol.14, No.1 September 2014.
- Sugiono. (2014), *Metode Penelitian Bisnis kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Tambrin, Mohammad, (2010). *Pengaruh Brand Image Terhadap Pelanggan Kartu Simpati Terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura. Jurnal Studi Manajemen*. Vol 4 No.1 April (2010).

Tjiptono, Fandi. (2012), *Manajemen Strategik*. Yogyakarta: Andi Publisher

Tjiptono Panji, dalam Sulistyari. 2012. *Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Produk Oriflame*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang

