

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN BRAND IMAGE
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN
LAMPU PHILIP DI DESA SUREN KECAMATAN MLARAK
KABUPATEN PONOROGO**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat

Guna memperoleh Gelar Sarjana Program Starta Satu (S1)

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

NAMA : DENY RIA SETYAWAN

NIM : 13413256

Program Studi : Manajemen

Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

2018

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Lampu Philip Di Desa Suren Kecamatan Mlarak Kabupaten Ponorogo
Nama : Deny Ria Setyawan
NIM : 13413256
Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan

guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 6 Februari 2018

Pembimbing I

Pembimbing II



Titi Rapini, SE, MM
NIP. 19630505 199003 2 003



Naning Kristiyana, SE, MM
NIK. 19750921 200309 14

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi



Titi Rapini, SE, MM
NIP. 19630505 199003 2 003

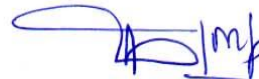
Dosen Penguji



Titi Rapini, SE, MM
NIP. 19630505 199003 2 003



Dra. Umi Farida, MM
NIK. 19610110 199112 13



Sri Hartono, SE, MM
Nik. 19711230 201509 13

Ringkasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, promosi, dan brand image terhadap keputusan pembelian pada konsumen lampu philip di desa suren kecamatan mlarak kabupaten ponorogo. Sampel pada penelitian ini berjumlah 62 responden. Teknik analisis data yang digunakan yaitu metode regresi linier berganda dengan menggunakan perangkat lunak SPSS Statistics 20, dapat disampaikan bahwa besarnya variabel kualitas produk sebesar 0,248, promosi sebesar 0,201, brand image sebesar 0,468. Nilai α sebesar 1,221 yang berarti pada saat variabel kualitas produk, promosi, brand image tidak ada atau dalam keadaan konstan, maka keputusan pembelian sebesar 1,107. Berdasarkan analisis koefisien determinasi diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,649 artinya bahwa sumbangan variabel independen terhadap naik turunnya atau variasi variabel dependen adalah sebesar 64,9% dan sisanya sebesar 35,1% merupakan sumbangan dari variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil uji koefisien secara persial (uji-t) dapat diketahui bahwa Brand image merupakan faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian lampu philip di Desa Suren kecamatan Mlarak Kabupaten Ponorogo. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 5,122 dan nilai signifikansi 0,000. Berdasarkan hasil uji koefisien serempak (uji-f) bahwa variabel kualitas produk, promosi, brand image secara serempak berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan

nilai f hitung $>$ f tabel yaitu $35,705 > 2,76$ dengan tingkat signifikans $0,000 <$ $0,005$.

Kata kunci : Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian.



MOTO

Orang-orang yang sukses telah belajar membuat diri mereka melakukan hal yang harus dikerjakan ketika hal itu memang harus dikerjakan , entah mereka menyukainya atau tidak

(Aldus Huxley)

Kebanggaan kita yang terbesar adalah bukan tidak pernah gagal, tetapi bangkit kembali setiap kali kita jatuh

(Confusius)

Pendidikan merupakan senjata paling ampuh yang bisa kamu gunakan untuk merubah dunia

(Nelson Mandala)

Tidak ada masalah yang tidak bisa diselesaikan selama ada komitmen bersama untuk menyelesaikan

Berangkat dengan penuh keyakinan

Berjalan dengan penuh keikhlasan

Istiqomah dalam menghadapi cobaan

LEMBAR PERSEMBAHAN

Ayah dan bunda tercinta

Sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terima kasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada ibu dan ayah. Untuk ayah Jaenuri dan ibunda Sulis yang selalu membuatku termotivasi dan kasih sayang selalu mendoakanku, selalu menasehatiku menjadi lebih baik.

Terima Kasih ibu.... Terima kasih Ayah.....

Teman Hidup (Agustin Mujayana)

Seorang yang pernah singgah terima kasih atas kasih sayang dan kesabaranmu yang telah memberikan semangat dan inspirasi dalam menyelesaikan tugas akhir. Semoga keyakinan dan takdir ini terwujud, semoga engkau pilihan yang terbaik buatku dan masa depanku. Insyaallah jodohnya kita bertemu atas ridho dan izin

Alloh SWT

Teman-Teman Nongkrong

Terima kasih atas bantuan doa, nasehat, hiburan, traktiran dan semangat yang kamu berikan selama aku kuliah, aku tak akan melupakan semua yang telah kamu berikan selama ini. “ Arif Dodo, Zainul, Yuda, Ucus, Faris, Wahyu, Ivan, Rohman, Lutvi, Nanda dan teman-teman Manajemen F

Dosen pembimbing

Ibu titi rapini SE, MM dan Ibu Naning Kristiyana SE, MM selaku dosen pembimbing tugas akhir saya. Terima kasih bu sudah dinasehati, sudah diajari, saya tidak akan lupa atas bantuan dan kesabaran kalian bu

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN LAMPU PHILIP DI DESA SUREN KECAMATAN MLARAK KABUPATEN PONOROGO”** yang disusun sebagai syarat dalam mencapai Gelar Sarjana Program Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, petunjuk dan saran dari semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Titi Rapini, SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Titi Rapini, SE, MM, selaku dosen pembimbing 1, yang telah banyak memberikan arahan serta bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
3. Naning Kristiyana, SE, MM, selaku dosen pembimbing 2 yang telah banyak memberikan arahan serta bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
4. Dosen Fakultas Ekonomi yang telah banyak memberikan ilmu selama di bangku perkuliahan.
5. Warga Desa Suren Kecamatan Mlarak kabupaten Ponorogo selaku responden dalam penelitian saya.

6. Kedua orang tua dan adek saya yang selalu memberikan doa, semangat dan dukungan selama penulis menyusun skripsi.
7. Teman-teman kuliah Jurusan Manajemen yang telah memberikan dukungan, semangat serta sebuah persahabatan dan kerjasama yang baik selama kuliah. Terutama Agustin mujayana, dodo, zainul, lutfi, nanda, Mina, yuda, faris, wahyu, ucus, rohman, ivan dan teman-teman Manajemen F yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah bersama-sama saling membantu dalam proses penulisan, penyebaran kuesioner, dan pengolahan data selama penyusunan skripsi.

Semoga semua pihak yang penulis sebutkan diatas diberikan balasan pahala oleh Allah SWT. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan memberikan masukan bagi penelitian selanjutnya.

Ponorogo, 6 Februari 2018

Penulis

(DENY RIA SETYAWAN)

**PERNYATAAN TIDAK MELANGGAGAR
KODE ETIKA PENELITIAN**

Siapa yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat atau pendapat yang pernah ditulis dan atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 6 Februari 2018



(Deny Ria Setyawan)

NIM 13413256

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Pengesahan	i
Ringkasan	ii
Motto	iv
Lembar Persembahan	v
Kata Pengantar	vi
Pernyataan Tidak Menyimpang Kode Etika	viii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xiv
Daftar Gambar	xv
Daftar Lampiran	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumasan Masalah	4
1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian	5
1.3.1 Tujuan Penelitian	5
1.3.2 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Manajamen Pemasaran	7

2.1.2	Kualitas Produk	9
2.1.3	Promosi.....	12
2.1.4	Brand Image	13
2.1.5	Perilaku Konsumen	15
2.1.5.1	Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	16
2.1.6	Keputusan Pembelian	19
2.1.6.1	Faktor keputusan Pembelian	22
2.1.7	Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian.....	24
2.1.8	Hubungan Promosi dengan Keputusan Pembelian.....	24
2.1.9	Hubungan Brand Image dengan Keputusan Pembelian.....	24
2.1.10	Hubungan Kualitas Produk, Promosi dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian	25
2.2	Penelitian Terdahulu	26
2.3	Kerangka Pemikiran.....	27
2.4	Hipotesis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Ruang Lingkup Penelitian.....	32
3.2	Populasi dan Sampel	32
3.2.1	Populasi	32
3.2.2	Sampel.....	33
3.3	Metode pengambilan data	33
3.3.1	Data Primer.....	34
3.3.1.1	Interview (Wawancara)	34
3.3.1.2	Kuesioner	34
3.3.1.3	Observasi.....	35

3.3.2	Data Sekunder	35
3.4	Definisi Operasional Variabel	35
3.4.1	Variabel Independen.....	35
3.4.1.1	Kualitas Produk (X1)	35
3.4.2.1	Promosi (X2)	36
3.4.3.1	Brand Image (X3).....	36
3.4.2	Variabel Dependen	37
3.5	Metode Analisis Data	37
3.5.1	Metode Kuantitatif.....	37
3.5.1.1	Uji Instrumen.....	37
3.5.1.1.1	Uji Validitas.....	37
3.5.1.1.2	Uji Reliabilitas	39
3.5.2	Alat Analisis	40
3.5.2.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	40
3.5.2.2	Koefisien Determinasi (R^2)	40
3.5.2.3	Pengujian Hipotesis.....	41
3.5.2.3.1	Uji T (Parsial)	41
3.5.2.3.2	Uji F (Serempak)	42
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	44
4.1.1	Sejarah Perusahaan	44
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan	45
4.1.2.1	Visi Perusahaan	45
4.1.2.2	Misi perusahaan.....	45

4.1.3	Gambaran Umum Mengenai Keputusan Pembelian Pada lampu Philip.....	45
4.2	Hasil Penelitian	46
4.2.1	Karakteristik Responden	47
4.2.1.1	Gambaran Umum Berdasarkan Jenis Kelamin	47
4.2.1.2	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia	48
4.2.1.3	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendidikan.....	49
4.2.1.4	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
4.2.2	Deskripsi Variabel.....	51
4.2.2.1	Variabel Kualitas Produk (X1).....	51
4.2.2.2	Variabel Promosi (X2)	53
4.2.2.3	Variabel Brand Image (X3).....	55
4.2.2.4	Deskripsi Keputusan Pembelian(Y).....	57
4.3	Uji Instrumen.....	59
4.3.1	Analisis Uji Validitas	59
4.3.2	Analisis Uji Reliabilitas	61
4.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	62
4.5	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	64
4.6	Pengujian Hipotesis.....	65
4.6.1	Uji T (Parsial)	65
4.6.2	Uji F (Serempak)	69
4.7	Pembahasan Dan Implikasi	71

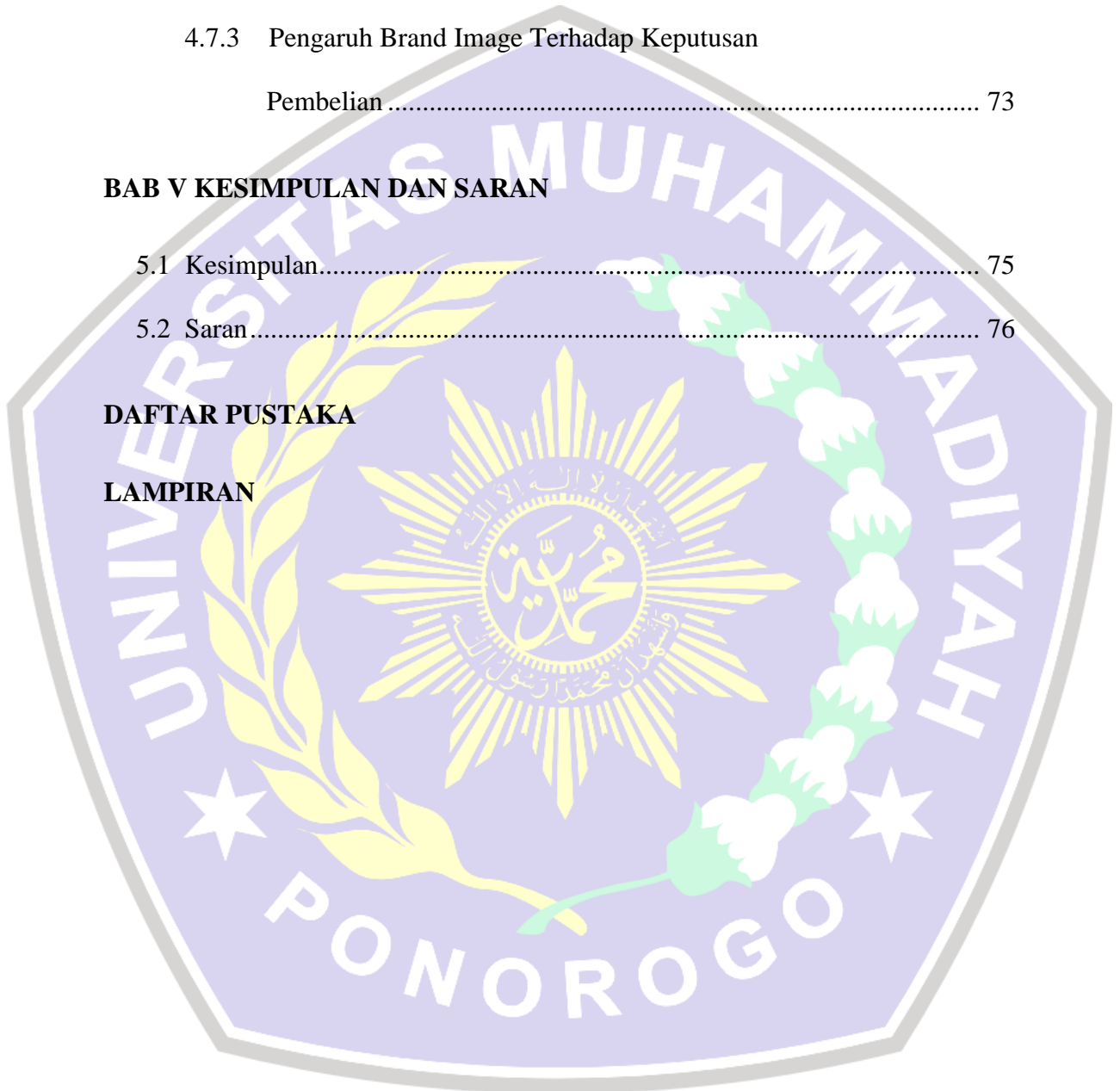
4.7.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	71
4.7.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	72
4.7.3 Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian	73

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Saran.....	76

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

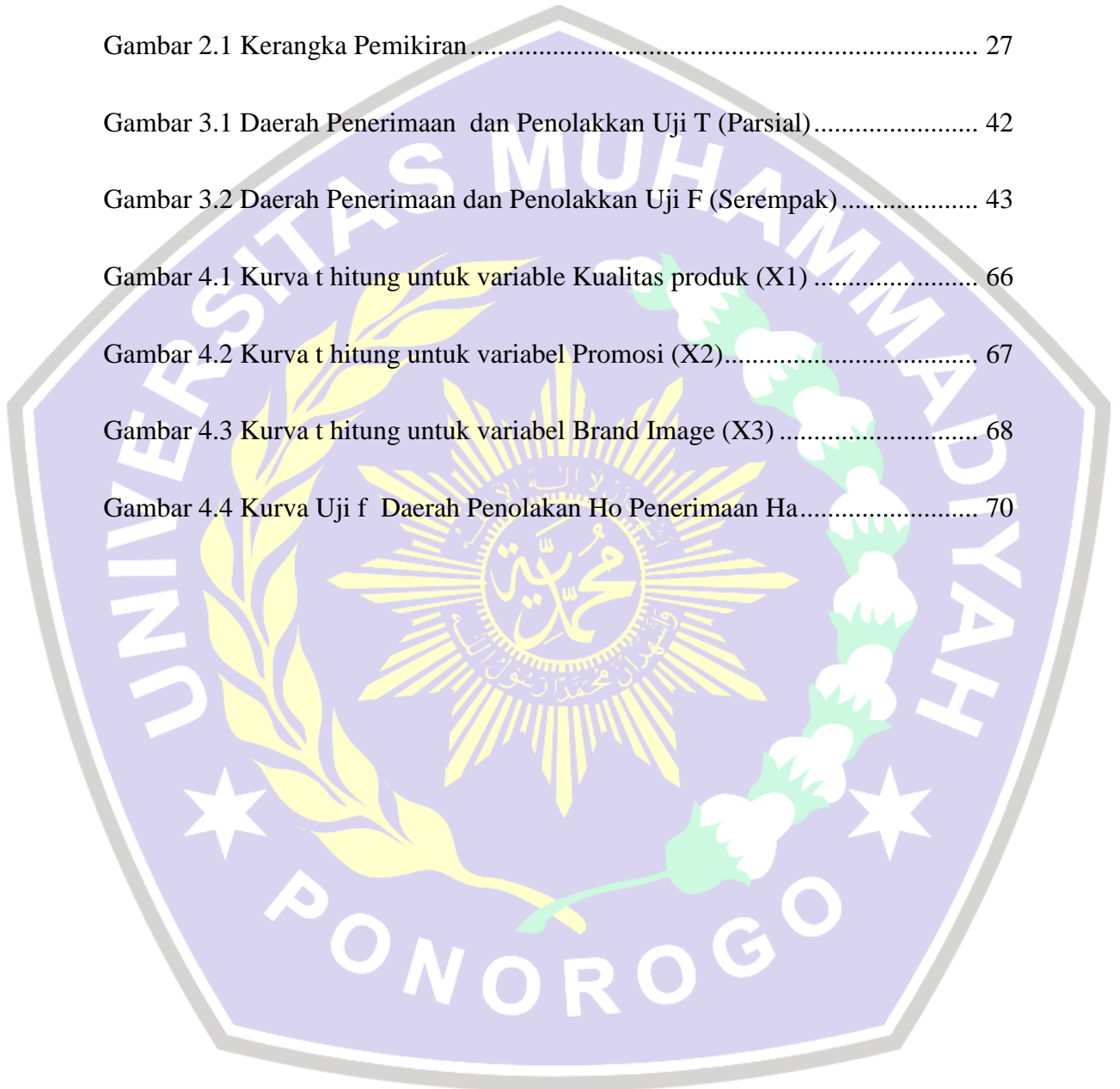


DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pendidikan.....	49
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk (X1).....	52
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Promosi (X2)	54
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Brand Image (X3).....	56
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian (Y).....	58
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Validitas.....	60
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Reliabilitas	61
Tabel 4.11 Analisis Regresi Linear Berganda.....	62
Tabel 4.12 Analisis Koefisien Determinasi	64
Tabel 4.13 Hasil Uji T (Parsial)	66
Tabel 4.14 Hasil Uji F (Serempak)	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Model Lima Tahap Proses Keputusan Pembelian.....	20
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	27
Gambar 3.1 Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji T (Parsial).....	42
Gambar 3.2 Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji F (Serempak).....	43
Gambar 4.1 Kurva t hitung untuk variable Kualitas produk (X1)	66
Gambar 4.2 Kurva t hitung untuk variabel Promosi (X2).....	67
Gambar 4.3 Kurva t hitung untuk variabel Brand Image (X3)	68
Gambar 4.4 Kurva Uji f Daerah Penolakan H_0 Penerimaan H_a	70



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN

LAMPIRAN 2 TABULASI HASIL PENELITIAN

LAMPIRAN 3 UJI VALIDITAS

LAMPIRAN 4 UJI RELIABILITAS

LAMPIRAN 5 UJI REGRESI LINEAR BERGANDA, UJI F, UJI T, DAN
KOEFSIEN DETERMINASI

LAMPIRAN 6 TABEL R (KOEFISIEN KORELASI SEDERHANA)

LAMPIRAN 7 TITIK PERSENTASE DISTRIBUSI T (DF = 1 – 40)

LAMPIRAN 8 TITIK PERSENTASE DISTRIBUSI F UNTUK PROBABILITA
= 0,05

