

**PENGARUH CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*) DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI
PRODUK KAMPOENG ROTI
(Studi kasus pada Konsumen Kampoeng Roti di Menganti)**

SKRIPSI



Oleh:

ERIKA WULANDARI
NPM: 1642010030

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2020**

**PENGARUH CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*) DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI
PRODUK KAMPOENG ROTI
(Studi kasus pada Konsumen Kampoeng Roti di Menganti)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional Veterean” Jawa Timur**



Oleh:

ERIKA WULANDARI
NPM: 1642010030

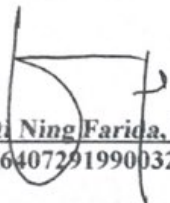
**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2020**

**PENGARUH CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*) DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI
PRODUK KAMPOENG ROTI
(Studi Kasus Pada Konsumen Kampoeng Roti di Menganti)**

Oleh :
ERIKA WULANDARI
NPM : 1642010030


Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 14 Januari 2020
Menyetujui,

DOSEN PEMBIMBING


Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP. 196407291990032001

TIM PENGUJI

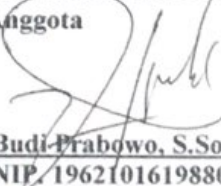
1. Ketua


Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP. 196407291990032001

2. Sekretaris



Dr. Rusdi Hidayat N, M.Si
NIP. 196112241989031007

3. Anggota


Budi Prabowo, S.Sos, MM
NIP. 196210161988031101

Menyetujui,

**DEKAN FAKULTAS LMU SOSIAL DAN
ILMU POLITIK**


Dr. Drs. Ec. Gendhi Sukarno, MS, CHRA
NIP. 195907011987031001

**PENGARUH CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*) DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI
PRODUK KAMPOENG ROTI
(Studi Kasus pada Konsumen Kampoeng Roti Di Menganti)**

Oleh :

ERIKA WULANDARI
NPM:162010030

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA



Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP. 196407291990032001

Mengetahui,

**DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL
DAN ILMU POLITIK**



Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA
NIP. 195901011987031001

ABSTRAK

**ERIKA WULANDARI, 1642010030, Pengaruh Citra Merek dan Kualitas
Produk terhadap Minat Beli produk Kampoeng Roti
(Studi Kasus pada Konsumen Kampoeng Roti di Menganti)**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli produk Kampoeng Roti di Menganti. Manfaat dari penelitian ini yaitu memberikan informasi mengenai pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli produk kampoeng Roti di Menganti.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Kampoeng Roti di Menganti yang tidak diketahui jumlahnya. Sedangkan sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Teknik penarikan sampel menggunakan *accidental sampling* dengan metode penarikan *non probability sampling*. Jenis data dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini adalah secara simultan Citra Merek dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli produk Kampoeng Roti di Menganti. Selain itu ada pengaruh yang positif dan signifikan pada Citra Merek terhadap Minat Beli secara parsial dan ada pengaruh yang positif dan signifikan dari Kualitas Produk terhadap Minat Beli produk Kampoeng Roti di Menganti.

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk dan Minat Beli

ABSTRACT

This study aims to test and analyze the influence of Brand Image and Product Quality on Purchase Interest in Kampoeng Roti products in Menganti. The benefit of this research is to provide information about the influence of Brand Image and Product Quality on Interest in Buying Kampoeng Roti products in Menganti.

The population in this study is the number of consumers Kampoeng Roti in Menganti unknown. While the sample in this study amounted to 100 respondents. The sampling technique uses accidental sampling with non probability sampling method. The type of data in this study is quantitative with the method of collecting data using a questionnaire. Analysis of the data used in this study is multiple linear regression.

The results of this study are simultaneously Brand Image and Product Quality have a positive and significant effect on Interest in Buying Kampoeng Roti products in Menganti. In addition there is a positive and significant influence on Brand Image to the Purchase Interest partially, and there is a positive and significant effect of Product Quality on Purchase Interest in Kampoeng Roti products in Menganti.

Keywords : Brand Image, Product Quality and Purchase Interest.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Kuasa yang telah melimpahkan berkat, rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik. Skripsi dengan Judul “Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kampoeng Roti (Studi Kasus Pada Konsumen Kampoeng Roti di Menganti)”.

Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada Ibu Dra. Siti Ning Faridah, M. Si selaku Dosen Pembimbing utama yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat, serta motivasi kepada penulis. Dan penulis banyak menerima dukungan dari beberapa pihak, baik dukungan moral, materil maupun spiritual. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS.CHRA selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Dra. Siti Ning Faridah, M.Si selaku Dosen Pembimbing dan Koordinator Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu Dosen Progdil Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Orang Tua dan Keluarga yang tiada henti memberikan doa, semangat, dukungan dan motivasi kepada penulis.

5. Pihak Outlet Kampoeng Roti Menganti beserta Crew yang bersedia membantu penulis untuk melakukan penelitian.
6. Teman – Teman seangkatan program studi Ilmu Administrasi Bisnis yang telah bersedia berbagi pengalaman dan informasi yang bermanfaat bagi penulis.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Karena keterbatasan pikiran, waktu dan tenaga serta yang lainnya. Dalam penelitian ini penulis sangat mengharapkan saran dan kritik dari pembaca untuk menyempurnakan penelitian. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak

Semoga bantuan dan support yang diberikan kepada penulis mendapatkan balasan dari Allah SWT. Akhir kata, semoga penelitian ini bermanfaat bagi pihak – pihak yang memerlukan.

Surabaya, Januari 2020

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBARPERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
ABSTRAK.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Landasan Teori	15
2.2.1 Pemasaran.....	15
2.2.1.1 Pengertian Pemasaran	15
2.2.1.2 Manajemen Pemasaran	18
2.2.1.3 Konsep Pemasaran	19
2.2.1.4 Tujuan Pemasaran	20
2.2.2 Bauran Pemasaran.....	20
2.2.3 Citra Merek (Brand Image)	22
2.2.3.1 Pengertian Citra Merek (Brand Image)	22
2.2.4 Kualitas Produk.....	25
2.2.4.1 Pengertian Kualitas Produk	25
2.2.5 Minat Beli.....	29
2.2.5.1 Pengertian Minat Beli	29
2.2.5.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli	30

2.2.5.3 Indikator Minat Beli	32
2.2.6 Perilaku Konsumen.....	33
2.2.6.1 Pengertian Perilaku Konsumen	33
2.3 Kerangka Berpikir	34
2.4 Hipotesis	35
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Jenis Penelitian.....	37
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	37
3.2.1 Definisi Operasional Variabel.....	37
3.2.2 Pengukuran Variabel.....	40
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	41
3.3.1 Populasi	41
3.3.2 Sampel.....	42
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	43
3.4 Teknik Pengumpulan Data	44
3.4.1 Jenis Data	44
3.4.2 Sumber Data.....	44
3.4.3 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.5 Teknik Analisis.....	45
3.5.1 Teknik Analisis Data.....	45
3.5.1.1 Uji Validitas	45
3.5.1.2 Uji Reliabilitas	46
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	47
3.5.2.1 Uji Normalitas	47
3.5.2.2 Uji Multikolineareitas	49
3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas	49
3.5.2.4 Uji Autokorelasi	50
3.5.3 Analisis Regresi Linier Berganda	51
3.5.4 Penguji Hipotesis	52

3.5.4.1 Uji Simultan (Uji F).....	52
3.5.4.2 Uji Parsial (Uji t).....	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	56
4.1 Hasil Penelitian	56
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	56
4.1.1.1 Sejarah Perusahaan.....	56
4.1.1.2 Visi dan Misi	58
4.1.2 Penyajian Data	58
4.1.2.1 Data Karakteristik Responden	58
4.1.2.2 Deskripsi Jawaban Responden	62
4.1.3 Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	66
4.1.3.1 Uji Validitas	66
4.1.3.2 Uji Reliabilitas	67
4.1.3.3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	68
4.1.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	72
4.1.3.5 Analisis Koefisien Korelasi (r) dan Koefisien Determinasi (R^2)	74
4.1.3.6 Pengujian Hipotesis	75
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	78
4.2.1 Pengaruh Secara Simultan Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli.....	78
4.2.2 Pengaruh Secara Parsial Citra Merek Terhadap Minat Beli ..	80
4.2.3 Pengaruh Secara Parsial Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	
82	
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	88
5.1 Kesimpulan	88
5.2 Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Harga Produk Kampoeng Roti.....	6
Tabel 1.2 Data Penjualan Kampoeng Roti	9
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	61
Tabel 4.5 Kuesioner Variabel X1 (Citra Merek)	62
Tabel 4.6 Kuesioner Variabel X2 (Kualitas Produk)	63
Tabel 4.7 Kuesioner Variabel Y (Minat Beli)	65
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas.....	66
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	67
Tabel 4.10 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov	68
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas	70
Tabel 4.12 Hasil Uji Auto Korelasi	72
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	73
Tabel 4.14 Analisis Korelasi (r) dan Koefisien Determinan (R^2)	74
Tabel 4.15 Hasil Uji Simultan (Uji F)	76
Tabel 4.16 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Marketing Mix.....	20
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	33
Gambar 3.1 Kurva Uji F	54
Gambar 3.2 Kurva Uji t	55
Gambar 4.1 Logo Kampoeng Roti	56
Gambar 4.2 Kampoeng Roti.....	57
Gambar 4.3 Hasil Uji Normal P-P Plot	69
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	71