

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TANDUK CAFE AND EATERY
MALANG**

SKRIPSI



Diajukan Oleh:

CHARITY SEREPINA SIHOTANG

19012010160/FEB/EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2024**

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TANDUK CAFE AND EATERY
MALANG**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh :

CHARITY SEREPINA SIHOTANG

19012010160/FEB/EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2024

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TANDUK CAFE AND EATERY
MALANG**

Disusun Oleh :

CHARITY SEREPINA SIHOTANG
19012010160 / FEB / EM

**Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 17 Mei 2024**

**Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**



Dr. Wiwik Hantayani, SE, M.Si
NIP. 196901132021212003

Pembimbing Utama



Drs. Ec. Supriyono, SE, MM
NIP. 196106261988031001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur



Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP
NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Charity Serepina Sihotang
N P M : 19012010160
N I K : 3174014206011006
Tempat / Tgl Lahir : Tangerang / 2 Juni 2001
Alamat Rumah : Jl. Kelapa Puan XVI Blok AF 12 No. 14
Judul Artikel : The Influence of Brand Image and Product Quality on Purchasing Decisions

Saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil pemikiran saya sendiri dan bukan dari saduran / terjemahan / plagiarisme

Demikian surat pernyataan ini dibuat dalam keadaan sadar dan tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun. Apabila dikemudian hari terbukti ada unsur plagiarisme, maka saya bersedia apabila kelulusan dan gelar akademik yang sudah saya raih dibatalkan.

Surabaya, 17 Mei 2024



Charity Serepina Sihotang
NPM. 19012010160

KATA PENGANTAR

Rasa syukur penulis naikkan kepada Tuhan Yang Maha Esa oleh karena kekuatan dan anugerahNya penulis dapat menyusun skripsi yang memiliki judul **“Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Tanduk Cafe and Eatery Malang”**. Skripsi yang telah dibuat ini merupakan tugas guna memenuhi persyaratan akademis pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.

Dengan adanya skripsi ini, penulis berterimakasih atas kesediaan pihak-pihak yang telah mendukung penulis. Dukungan semua pihak tersebut membantu penulis dapat mewujudkan skripsi ini sehingga penulis bersyukur karenanya. Tanpa dukungan, penulis tidak dapat menyelesaikan laporan. Penulis mendedikasikan rasa terima kasih ini kepada:

1. Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yaitu Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.MT.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, yaitu Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., CRP
3. Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, yaitu Ibu Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si.

4. Dosen Pembimbing, yaitu Bapak Drs. Ec. Supriyono, M.M. yang telah membimbing penulis selama penyusunan skripsi
5. Ibu Dra. Ec. Mei Retno Adiwati, M.Si. selaku dosen wali yang telah membantu dan mengarahkan penulis selama perkuliahan
6. Bapak dan Ibu Dosen yang telah membekali penulis dengan ilmu yang diajarkan
7. Ayah, Ibu, dan Kakak penulis yang telah memberikan dukungan selama kuliah
8. Teman-teman penulis yang telah mendukung penulis selama perkuliahan sehingga penulis bisa sampai pada selesainya penyusunan skripsi
9. Pihak-pihak lainnya yang turut mendukung penulis yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu

Penulis memiliki harapan yang besar agar skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca. Pembuatan skripsi ini belum dikatakan sempurna. Namun, penulis berterima kasih atas kesediaan pembaca meluangkan waktunya. Semoga kritik dan saran pembaca dapat membangun dalam penyempurnaan penulisan laporan ini.

Surabaya, November 2023

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
ABSTRAK	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Landasan Teori	14
2.2.1 Pemasaran	14
2.2.2 Manajemen Pemasaran	14
2.2.3 Citra Merek	15
2.2.4 Keuntungan Citra Merek yang Kuat	16
2.2.5 Indikator Citra Merek.....	17
2.2.6 Kualitas Produk	17
2.2.7 Tingkatan Kualitas Produk	18
2.2.8 Indikator Kualitas Produk	19
2.2.9 Keputusan Pembelian.....	20
2.2.10 Proses Keputusan Pembelian.....	21
2.2.11 Indikator Keputusan Pembelian	22
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	23
2.3.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	23
2.3.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	24
2.4 Kerangka Konseptual.....	26

2.5 Hipotesis	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	27
3.1.1 Citra Merek (X1)	27
3.1.2 Kualitas Produk (X2)	27
3.1.3 Keputusan Pembelian (Y1)	28
3.1.4 Pengukuran Variabel	28
3.2 Teknik Penentuan Sampel	29
3.2.1 Populasi	29
3.2.2 Sampel	29
3.2.3 Teknik <i>Sampling</i>	30
3.3 Teknik Pengumpulan Data	30
3.3.1 Sumber dan Jenis Data	30
3.3.2 Metode Pengumpulan Data	30
3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	31
3.5 Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis	32
3.5.1 Teknik Analisis Data	32
3.5.2 Model Indikator Reflektif	32
3.5.3 Model Indikator Formatif	33
3.5.4 Langkah-Langkah PLS	34
3.5.5 Asumsi PLS	39
3.5.6 Ukuran Sampel	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	41
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	42
4.2.1 Karakteristik Hasil Responden	42
4.2.2 Deskripsi Data Variabel	44
4.2.2.1 Variabel Citra Merek (X1)	44
4.2.2.2 Variabel Kualitas Produk (X2)	46
4.2.2.3 Variabel Keputusan Pembelian	48
4.3 Analisis Data	51
4.3.1 Evaluasi Outlier	51

4.3.2 Interpretasi Hasil PLS	52
4.3.2.1 Outer Model (Model Pengukuran dan Validitas Indikator).....	52
4.3.2.2 Analisis Model PLS	58
4.3.2.3 Evaluasi Inner Model	59
4.3.2.4 Pengujian Hipotesis.....	59
4.4 Pembahasan	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Tanduk Cafe and Eatery Mei 2022-Mei 2023	3
Tabel 4.1 Karakteristik Usia Responden	42
Tabel 4.2 Karakteristik Jenis Kelamin Responden	43
Tabel 4.3 Karakteristik Pekerjaan Responden.....	43
Tabel 4.4 Frekuensi Jawaban Responden Variabel Citra Merek (X1)	44
Tabel 4.5 Frekuensi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk (X2).....	46
Tabel 4.6 Frekuensi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)	48
Tabel 4.7 Data <i>Outlier</i>	51
Tabel 4.8 <i>Outer Loadings</i>	52
Tabel 4.9 <i>Cross Loadings</i>	54
Tabel 4.10 <i>Average Variance Extracted</i>	56
Tabel 4.11 <i>Composite Reliability</i>	56
Tabel 4.12 <i>Latent Variable Correlations</i>	57
Tabel 4.13 <i>R Square</i>	59
Tabel 4.14 <i>Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values)</i>	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Rating</i> Tanduk Cafe and Eatery.....	6
Gambar 1.2 Ulasan Tanduk Cafe and Eatery	7
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	26
Gambar 3.1 Model Diagram Jalur	35
Gambar 4.1 <i>Outer Model</i> dengan <i>Factor Loading, Path Coefficient, R Square</i>	58
Gambar 4.2 <i>Inner Model</i> dengan nilai signifikansi <i>T-Statistic Bootstrapping</i>	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian.....	69
Lampiran 2 Rekapitulasi Hasil Kuisisioner.....	75
Lampiran 3 Tabel Frekuensi dan Hasil Outlier	78
Lampiran 4 Kajian Olah Data PLS	83

PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TANDUK CAFE AND EATERY MALANG

Oleh:

CHARITY SEREPINA SIHOTANG
19012010160

ABSTRAK

Kini kafe terus diminati masyarakat sehingga memberikan peluang bagi para pebisnis untuk membuka dan mengurus bisnis kafe. Perkembangan dalam bisnis kafe membuat masyarakat memilih kafe masa kini yang sesuai ketertarikannya. Dilakukannya penelitian ini adalah dengan tujuan untuk dapat mengetahui pengaruh dari citra merek dan kualitas produk atas keputusan pembelian.

Tanduk Cafe and Eatery adalah kafe yang cukup lama berdiri di Kota Malang. Sejumlah kuisisioner online disebarkan kepada konsumen Tanduk Cafe and Eatery di Kota Malang menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *accidental sampling*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 78 responden.

Penelitian ini menunjukkan hasil olah data menggunakan PLS. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwasannya citra merek dan kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: citra merek; kualitas produk; keputusan pembelian