

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
NISYA BATIK KUNINGAN**

(Survey pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)

SKRIPSI

Bertujuan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen

Oleh

FERDIANA FIRMANSYAH

NIM 20200510307



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KUNINGAN**

2024

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BATIK KUNINGAN PADA
NISYA BATIK KUNINGAN

(Survey pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)

Disusun Oleh :

FERDIANA FIRMANSYAH
20200510307

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 14 Juni 2024 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.


Susunan Dewan Penguji

Penguji I,



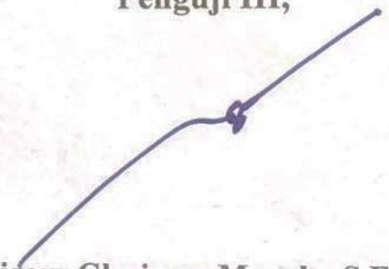
Prof. Dr. H. Disman, MS
NIP. 195902091984121001

Penguji II,



Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani SE., M.Si
NIK. 410389971054

Penguji III,



Dr. M. Vigory Gloriman Manalu, S.E., M.M
NIK. 410108920219

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BATIK KUNINGAN PADA
NISYA BATIK KUNINGAN

(Survey pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)

Disusun Oleh :

FERDIANA FIRMANSYAH
20200510307

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING

Kuningan, Juni 2024

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Dr. M. Vigory Gloriman Manalu, S.E., M.M
NIK. 410108920219

Januar Habibi Masyar, S.E., M.M
NIK. 410101910251


Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Kepala Program Studi Manajemen,



Dr. Hj. Lili Karmela F., S.E., M.Si.
NIK. 41038971054



Dr. Rina Masruroh, SE., ME. Sy.
NIK. 41038091296

PERNYATAAN OTENTISITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya Ferdiana Firmansyah, menyatakan bahwa skripsi dengan judul pengaruh " PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA NISYA BATIK KUNINGAN" (Survey pada Masyarakat Kabupaten Kuningan) adalah hasil tulisan saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan yang bertentangan atau dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut diatas, baik sengaja maupun tidak sengaja, saya siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya, apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Kuningan, Oktober 2024



Ferdiana Firmansyah

NIM. 2020051030

MOTO DAN PERSEMBAHAN

“Hidup hanya bisa dimengerti jangan melihat ke belakang, tetapi ia terus berlanjut ke depan ”

PERSEMBAHAN

“Selesai dan keberhasilan dalam pencapaian ini saya persembahkan kepada orang tua saya yang tercinta, yang telah memberi dukungan dalam hal moral moril dan material sehingga saya mampu mencapai titik seperti ini

ABSTRAK

FERDIANA FIRMANSYAH. 200510307. Pengaruh Citra Merek, Kaulitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Nisya Batik Kuningan (Survei Pada Masyarakat Kabupaten Kuningan). Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan. 2024. Pembimbing: Dr. M. Vigory Gloriman Manalu, S.E.,M.M dan Januar Habibi Masyar, S.E., M.M.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh penurunan penjualan Nisya Batik selama periode 2018-2023. Penurunan penjualan ini mengindikasikan adanya penurunan keputusan pembelian konsumen pada produk Batik Kuningan sehingga dalam penelitian ini dapat dirumuskan bagaimana konsumen mengambil keputusan untuk membeli Batik Kuningan di tengah fenomena persaingan yang semakin ketat berdasarkan bauran pemasaran yaitu citra merek, kualitas produk dan promosi. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian Nisya Batik Kuningan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode survei serta kuesioner jenis purposive sampling terhadap 100 responden yaitu pengguna Nisya Batik Kuningan di Kabupaten Kuningan. Analisis terdiri dari analisis deskriptif, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas), uji regresi ganda dan uji keefisien determinasi analisis jalur dengan bantuan aplikasi SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek, kualitas produk dan promosi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian Nisya Batik Kuningan.

Kata Kunci: Citra Merek, Kaulitas Produk, Promosi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

FERDIANA FIRMANSYAH. 200510307. The Influence of Brand Image, Product Quality and Promotion on the Purchasing Decision of Nisya Batik Kuningan (Survey on the People of Kuningan Regency). Management Study Program. Faculty of Economics and Business, University of Kuningan. 2024. Supervisors: Dr. M. Vigory Gloriman Manalu, S.E.,M.M and Januar Habibi Masyar, S.E., M.M.

This research was motivated by the decline in sales of Nisya Batik during the 2018-2023 period. This decline in sales indicates a decrease in consumer purchasing decisions on Kuningan Batik products so that in this study it can be formulated how consumers make decisions to buy Kuningan Batik amid the phenomenon of increasingly fierce competition based on the marketing mix, namely brand image, product quality and promotion. The purpose of this study is to determine the influence of brand image, product quality and promotion on the purchasing decision of Nisya Batik Kuningan. The method used in this study is quantitative with survey methods and purposive sampling questionnaires on 100 respondents, namely Nisya Batik Kuningan users in Kuningan Regency. The analysis consists of descriptive analysis, calasic assumption test (normality test, multicollinearity test), multiple regression test and path analysis determination coefficient test with the help of SPSS version 25 application. The results showed that brand image, product quality and promotion had a positive and significant effect partially or simultaneously on the purchase decision of Nisya Batik Kuningan.

Keywords: Brand image, product quality, promotion, purchase decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan atas ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayahnya, dimana telah memberi kami kesempatan dalam menyelesaikan Skripsi yang berjudul "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Nisya Batik Kuningan".

Tugas ini merupakan salah satu upaya kami sebagai mahasiswa dalam belajar mengetahui, membuat, menganalisis sebuah Laporan Proposal Penelitian yang dimana akan berguna disaat nanti penyusunan sebuah skripsi. Dengan begitu kami pun dapat mengetahui seluk-beluk sebuah perusahaan yang kami teliti sehingga dapat diketahui apa yang kurangnya dan apa saja yang perlu ditambahkan dan kami harap laporan penelitian ini akan memberi banyak manfaat bagi kami para mahasiswa maupun bagi pembaca.

Susunan Laporan Penelitian ini sudah dibuat dengan sebaik-baiknya, namun tentu masih banyak kekurangannya. Oleh karena itu jika ada kritik atau saran apapun yang sifatnya membangun bagi penulis, dengan senang hati akan penulis terima.

Kuningan, Mei 2024

Ferdiana Firmansyah
20200510307

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillahirobilalamiin, puji serta syukur penulis panjatkan kehadirat illahi Rabbi karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Masyarakat Kuningan)”**. Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak menghadapi kesulitan dan hambatan, namun berkat bantuan, bimbingan, dan arahan serta saran-saran dari berbagai pihak, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Kedua orang tua yang selalu membantu secara moral dan materi serta selalu mengiringi dengan doa yang tidak pernah berhenti dan dorongan motivasi sehingga saya bisa menyelesaikan perkuliahan ini
2. Bapak Dr. M. Vigory Gloriman Manalu, S.E.,M.M, selaku pembimbing I yang telah memberikan arahan serta memberikan nasehat dan juga meluangkan waktunya selama proses penyusunan skripsi, mendorong dan memberikan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Januar Habibi Masyar, S.E.,M.M, selaku pembimbing II yang sangat sabar dalam proses membimbing, memberikan banyak saran dan masukan dan bersedia meluangkan waktunya memberikan bimbingan sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Ibu Dr. Rina Masruroh, SE.,ME.,Sy., selaku Kepala Program Studi Manajemen.
5. Ibu Dr. Hj. Lili Karmela F, SE., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
6. Dr.H. Dikdik Harjadi, M.Si., selaku rektor Universitas Kuningan.
7. Dosen-dosen Fakultas Ekonomi Universitas Kuningan yang telah memberikan banyak pengetahuan dan ilmu yang sangat bermanfaat selama perkuliahan. Tak lupa staff TU atas bantuan dan kerjasamanya.
8. Karyawan CV. Jagaraga Kuningan bersama yang telah bersedia menjadi responden dalam melakukan penelitian ini.

9. Kepada rekan rekan seperjuangan yang selama ini telah saling mendukung yaitu Nuron, Adam, Rifki, Adit, Rhama, Dandi, Alif.

10. Kepada rekan – rekan lainnya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Terima kasih kepada semua pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dan bantuan yang telah diberikan kepada peneliti, berkat dengan limpahan rahmat dan pahala.

Kuningan Mei 2024

Ferdiana Firmansyah

20200510307

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
PERNYATAAN OTENTITAS	
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	
ABSTRAK	I
ABSTRACT	II
KATA PENGANTAR.....	III
UCAPAN TERIMA KASIH	IV
DAFTAR ISI.....	VI
DAFTAR TABEL	X
DAFTAR GAMBAR.....	XI
DAFTAR LAMPIRAN	XII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan	7
1.4 Manfaat	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	9
2.1.1.1 Tahap – Tahap Keputusan Pembelian.....	10
2.1.1.2 Dimensi Keputusan Pembelian	13
2.1.1.3 Indikator – Indikator Keputusan Pembelian.....	14
2.1.1.4 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	15
2.1.2 Citra Merek	16
2.1.2.1 Manfaat Citra Merek	17
2.1.2.2 Faktor Pembentuk Citra Merek	18
2.1.2.3 Makna Dan Tipe Citra Merek	19
2.1.2.4 Dimensi Citra Merek.....	21

2.1.2.5 Indikator – Indikator Citra Merek	22
2.1.3 Kualitas Produk	24
2.1.3.1 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk	25
2.1.3.2 Dimensi Kualitas Produk	25
2.1.3.3 Indikator – Indikator Kualitas Produk	27
2.1.4 Promosi	27
2.1.4.1 Tujuan Promosi	28
2.1.4.2 Bauran Promosi	29
2.1.4.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Bauran Promosi	31
2.1.4.5 Strategi Bauran Promosi	32
2.1.4.6 Dimensi Promosi	32
2.1.4.7 Indikator – Indikator Promosi	33
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	35
2.2.1 Hubungan Variabel Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	35
2.2.2 Hubungan Variabel Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	35
2.2.3 Hubungan Variabel Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	35
2.2.4 Hubungan Variabel Citra Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	36
2.3 Penelitian Terdahulu.....	37
2.4 Kerangka Berpikir	43
2.5 Hipotesis Penelitian.....	45
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	46
3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan.....	46
3.2 Definisi Operasional Variabel	46
3.3 Poppulasi Dan Sampel Penelitian	48
3.3.1 Populasi	48
3.3.2 Sampel.....	48
3.4 Jenis Dan Sumber Data	50
3.4.1 Jenis Data	50
3.4.2 Sumber Data	50
3.5 Teknik Pengumpulan Data	50
3.6. Uji Instrumen Penelitian	51
3.6.1 Uji Validitas Instrumen	51

3.6.1.1. Hasil Uji Validitas Citra Merek (X1).....	53
3.6.1.2 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X2)	54
3.6.1.3 Hasil Uji Validitas Promosi (X3).....	55
3.6.1.4. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	56
3.6.3 Uji Reliabilitas Instrumen	57
3.6.2.1. Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek (X1)	57
3.6.2.2. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X2).....	58
3.6.2.3. Hasil Uji Reliabilitas Promosi (X3)	58
3.6.2.4 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)	59
3.7 Rancangan Analisis Data.....	59
3.7.1 Analisis Data Deskriptif	59
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	61
3.7.2.1 Uji Normalitas	61
3.7.2.2 Uji Multikolinearitas	61
3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	62
3.7.4 Koefisien Determinasi (R ²)	62
3.7.5 Pengujian Hipotesis.....	63
3.7.5.1 Uji Simultan (Uji F)	63
3.7.5.2 Uji Parsial (Uji T).....	63
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	65
4.1 Hasil Pembahasan	65
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian	65
4.1.2 Karakteristik Responden	65
4.1.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
4.1.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	66
4.1.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	67
4.1.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	68
4.1.3. Teknik Analisis Data.....	69
4.1.3.1. Analisis Deskriptif	69
A. Analisis Deskriptif Cira Merek (X1).....	69
B. Analisis Deskriptif Kualitas Produk (X2)	72
C. Analisis Deskriptif Promosi (X3).....	75

D. Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)	78
4.1.3.2. Uji Asumsi Klasik	81
A. Uji Normalitas	81
B. Uji Multikolinearitas	82
4.1.4. Uji Regresi Linear Berganda.....	83
4.1.5. Uji Koefisien Determinasi.....	84
4.1.6. Uji Hipotesis	85
4.1.6.1. Uji F (Uji Simultan)	85
4.1.6.2. Uji T (Uji Parsial).....	86
4.2. Pembahasan.....	88
4.2.1. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Nisya Batik Kuningan	88
4.2.2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Nisya Batik Kuningan	89
4.2.3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Nisya Batik Kuningan	91
4.2.4. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Nisya Batik Kuningan.....	92
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	94
5.1. Kesimpulan	94
5.2. Saran.....	95
5.1.2.1. Bagi Pihak Perusahaan Nisya Batik Kuningan	95
5.1.2.2. Bagi Peneliti Selanjutnya	96
Daftar Pustaka.....	97
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan Nisya Batik Kuningan Tahun 2018 - 2023	4
Tabel 1. 2 Data Pembanding Penjualan Batik Kuningan.....	4
Tabel 1. 3 Research Gap	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3. 1 Tabel Oprasional Variabel	47
Tabel 3. 2 Renta Nilai Skor Angket.....	51
Tabel 3. 3 Uji Validitas Citra Merek.....	53
Tabel 3. 4 Uji Validitas Kualitas Produk	54
Tabel 3. 5 Uji Validitas Promosi.....	55
Tabel 3. 6 Uji Validitas Keputusan Pembelian	56
Tabel 3. 7 Uji Reliabilitas Citra Merek.....	57
Tabel 3. 8 Uji Reliabilitas Kualitas Produk	58
Tabel 3. 9 Uji Reliabilitas Promosi	58
Tabel 3. 10 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	59
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Jenis Kelamin	66
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Usia.....	67
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Pekerjaan	68
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Pendapatan.....	68
Tabel 4. 5 Analisis Deskriptif Citra Merek.....	69
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif Kualitas Produk	72
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Promosi.....	75
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian	78
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas	81
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	82
Tabel 4. 11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	83
Tabel 4. 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi	85
Tabel 4. 13 Hasil Uji F (Simultan).....	86
Tabel 4. 14 Hasil Uji t (Parsial)	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Tahap Pasca Pembelian.....	12
Gambar 2. 2 Paradigma Penelitian.....	45
Gambar 4. 1 Deskriptif Variabel Citra Merek	72
Gambar 4. 2 Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	75
Gambar 4. 3 Deskriptif Variabel Promosi	78
Gambar 4. 4 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	80

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I : Surat Pengantar Bimbingan Skripsi
Surat Permohonan Izin Penelitian
- Lampiran II : Kuesioner Penelitian
- Lampiran III : Data Hasil Perhitungan Kuesioner
Data Primer Hasil Perhitungan Kuesioner
- Lampiran IV : Output Hasil Perhitungan SPSS versi 25
- Lampiran V : Tabel F (taraf signifikansi 0,05)
Tabel t (taraf signifikansi 0,05)
- Lampiran VI : Daftar Riwayat Hidup