

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ERIGO APPAREL**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Manajemen



**PRODI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ERIGO APPAREL**

**(Studi Pada Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas
Muhammadiyah Malang)**

Oleh:

Andi Darmawan

201810160311606

Malang, Agustus 2023

Telah disetujui oleh

Pembimbing I,

Noor Aziz
6-9-23
Aziz

Noor Aziz, Drs. M.M

Pembimbing II,

Erna Retna Rahadjeng

Erna Retna Rahadjeng, Dra. M.M

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ERIGO APPAREL (Studi pada Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang)

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Andi Darmawan

NIM : 201810160311606

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 23 September 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

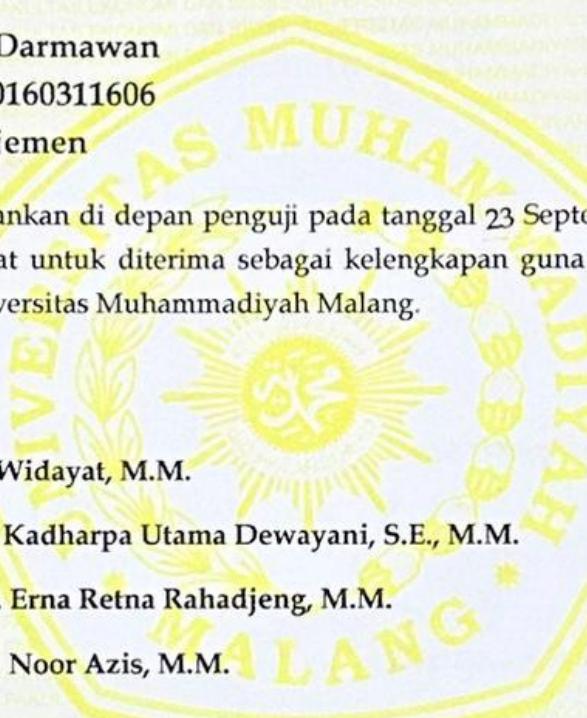
Susunan Tim Pengaji:

Penguji I : Dr. Widayat, M.M.

Penguji II : Eka Kadharpa Utama Dewayani, S.E., M.M.

Penguji III : Dra. Erna Retna Rahadjeng, M.M.

Penguji IV : Drs. Noor Azis, M.M.



1.....
2.....
3.....
4.....



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Jurusan,



Dr. Nurul Asfiah, M.M.

SKRIPSI

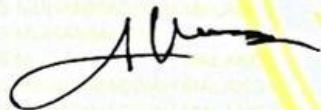
PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ERIGO APPAREL
(Studi pada Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Malang)

Oleh :

Andi Darmawan
201810160311606

Diterima dan disetujui
pada tanggal 23 September 2023

Pembimbing I,



Drs. Noor Azis, M.M.

Pembimbing II,



Dra. Erna Retna Rahadjeng, M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Jurusan,



Dr. Nurul Asfiah, M.M.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Andi Darmawan
NIM : 201810160311606
Program Studi : Manajemen
Surel : andidarmawan2120@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah hasil dan benar-benar hasil karya sendiri, baik Sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya serta bukan merupakan hasil penjiplakan (plagiarism) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahai/sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar Pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku;

Malang, 15 September 2023



Andi Darmawa

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim.

Puji syukur yang teramat dalam saya haturkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Segala, atas percikan kasih, hidayat, dan taufiq-Nya sehingga Skripsi dengan judul “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Apparel” ini dapat terselesaikan pada waktu yang telah direncanakan.

Teriring do'a sholawat semoga senantiasa melimpah ke haribaan Muhammad SAW., Rasul akhir zaman, penutup para Nabi yang membawa kesempurnaan ajaran Tauhid dan keutamaan budi pekerti. Dan semoga tumpahan do'a sholawat menetes kepada segenap keluarga dan sahabatnya, para syuhada', para mushonnifin, para ulama', dan seluruh umatnya yang dengan tulus ikhlas mencintai dan menjunjung sunnahnya.

Selama proses penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya. Sebagai ungkapan syukur, dalam kesempatan ini saya ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof.Dr. H. Fauzan, M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Dr. Hj. Idah Zuhroh, M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Nurul Asfiah, Dr., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Noor Aziz, Drs. M.M selaku dosen pembimbing I yang selalu memberikan pengertian, motivasi, solusi, dan waktu selama konsultasi penelitian ini.
5. Erna Retna Rahadjeng, Dra. M.M selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan ilmu dan pengalaman serta meluangkan waktu disela-sela kesibukan.
6. Bapak/Ibu dosen serta jajaran staff Jurusan Manajemen yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat serta membantu pengurusan administrasi selama masa perkuliahan.

7. Kedua orang tua saya yang terus memberikan dukungan, pengertian serta motivasi dan do'a yang tidak pernah terputus sehingga saya tidak putus asa dan semangat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
8. Terima kasih kepada Wukir Prasasti, Moh Fatkhur Nanda K, Firman Maulana, Abizardi Wahid yang selalu memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Kepada seluruh pihak yang membantu saya dalam proses penyelesaian skripsi ini saya ingin mengucapkan terima kasih dan do'a tulus yang dapat saya persembahkan, semoga segala yang telah mereka berikan kepada saya tercatat dengan tinta emas dalam lembaran catatan Roqib sebagai sebuah ibadah yang tiada ternilai. Amiin. Akhirnya, dengan segala keterbatasan dan kekurangannya, saya persembahkan karya tulis ini kepada siapapun yang membutuhkannya. Kritik konstruktif dan saran dari semua pihak sangat saya harapkan untuk penyempurnaan karya-karya saya selanjutnya. Terimakasih. Billahittaufiq Wal Hidayah.



DAFTAR ISI

Abstract.....	v
Abstrak.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II.....	7
KAJIAN PUSTAKA.....	7
A. Penelitian Terdahulu.....	7
B. Tinjauan Pustaka.....	9
1. Citra Merek.....	9
2. Kualitas Produk.....	11
3. Keputusan Pembelian.....	15
C. Kerangka Pemikiran.....	23
D. Hipotesis Penelitian.....	23
BAB III.....	25
METODE PENELITIAN.....	25
A. Jenis Penelitian.....	25
B. Populasi dan Sampel.....	25
1. Populasi.....	25
2. Sampel.....	26
C. Jenis Data.....	27
D. Definisi Operasional Variabel.....	27

E. Metode Pengumpulan Data.....	30
F. Metode Analisis Data.....	31
3. Uji Asumsi Klasik.....	32
4. Analisis Regresi Berganda.....	33
5. Analisis Koefisien Determinasi (R ²)	34
6. Uji Hipotesis.....	35
BAB IV.....	37
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
A. Sejarah dan Profil Erigo Apparel.....	37
B. Uji Instrumen.....	37
1. Uji validitas	37
2. Uji Reliabilitas.....	38
C. Karakteristik Responden.....	39
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan Mahasiswa.....	39
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi.....	40
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	41
D. Analisis Data.....	42
1. Uji Asumsi Klasik.....	42
3. Analisis Regeresi Berganda.....	44
4. Koefisien Determinasi.....	46
5. Uji Hipotesis.....	47
D. Pembahasan.....	49
1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	49
2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	50
3. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	51
BAB V.....	53
PENUTUP.....	53
A. Simpulan.....	53
B. Keterbatasan Penelitian.....	53
C. Saran.....	54

DAFTAR PUSTAKA.....	55
LAMPIRAN.....	58



DAFTAR GAMBAR

No	Hal
Gambar 1. Tren Data Pertumbuhan Industri Tekstil Pakaian Jadi (2011-2022)....2	
Gambar 2. Proses Pengambilan Keputusan.....	19
Gambar 3. Keranga Pemikiran	23



DAFTAR TABEL

No		Hal
Tabel 1. Hasil Penelitian Terdahulu.....		7
Tabel 2. Tipe-tipe keputusan pembelian.....		22
Tabel 3. Definisi Operasional Variabel.....		28
Tabel 4. Hasil Uji Validitas Item Variabel Penelitian.....		38
Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian.....		39
Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan Mahasiswa.....		40
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi.....		40
Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....		41
Tabel 9. Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....		42
Tabel 10. Uji Multikolineritas.....		43
Tabel 11. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....		44
Tabel 12. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....		45
Tabel 13. Hasil Koefisien Determinasi.....		46
Tabel 14. Hasil Uji t (Parsial).....		48
Tabel 15. Hasil Uji f (Simultan).....		49



DAFTAR LAMPIRAN

No	Teks	Hal
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	58
Lampiran 2. Data 100 Responden.....	61
Lampiran 3. Tabulasi Data Kuesioner.....	65
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas.....	70
Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas.....	73
Lampiran 6. Hasil Uji Normalitas.....	73
Lampiran 7. Hasil Uji Multikolinieritas.....	74
Lampiran 8. Hasil Uji Heterokedastisitas.....	74
Lampiran 9. Hasil Uji Hipotesis.....	74

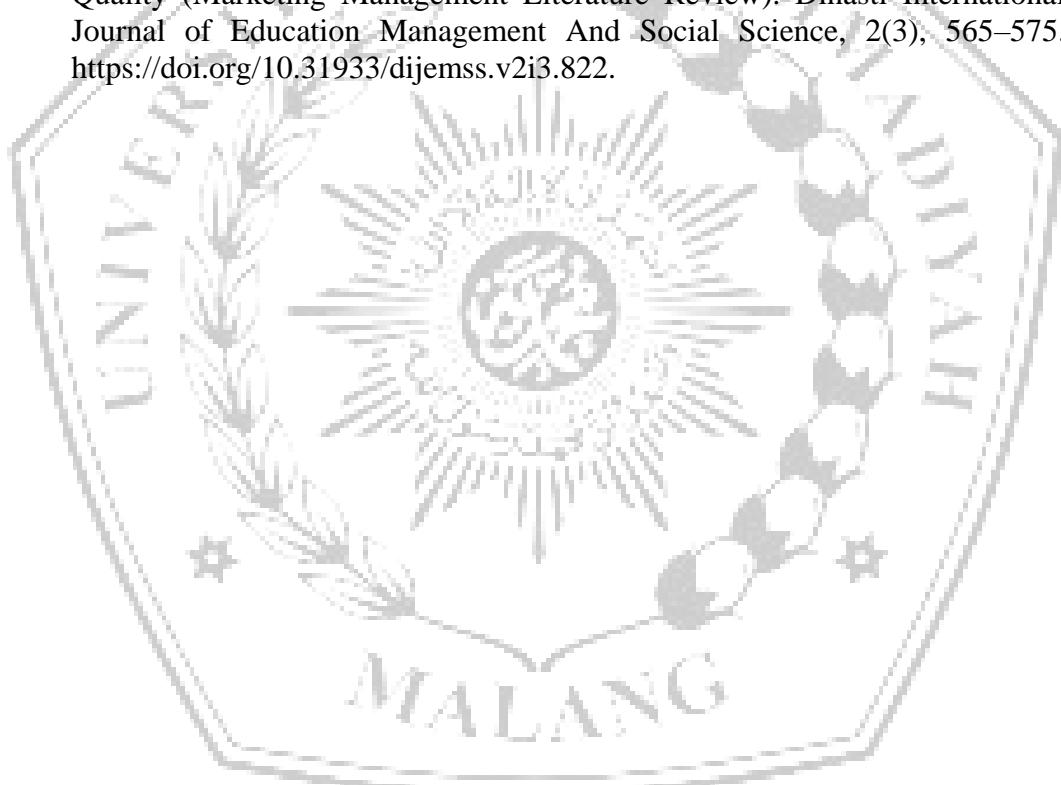


DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, D., Kumadji, S., & Sunarti, S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 37(1), 171–177.
- Anwar Sanusi. (2014). Metodologi Penelitian Bisnis.
- Arikunto, S. (2014). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Rineka Cipta.
- Astuti, N. L. G. S. D., Widhyadanta, I. G. D. S. A., & Sari, R. J. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Lazada Terhadap Keputusan Pembelian Online. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 4, 897. <https://doi.org/10.24843/eeb.2021.v10.i10.p07>
- Basith, A., & Fadhilah, F. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk pada McDonald's di Jatisih Bekasi. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 9(3), 192–203. <https://doi.org/10.29244/jmo.v9i3.28224>
- Fadhli, K., & Pratiwi, N. D. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, dan Emosional terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi ZIO Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 603–612. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/684>
- Fadillah, A., Salsabila, Y. N., & Daryanto, A. (2019). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek brand image terhadap keputusan pembelian motor. *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 5(1), 1–14. <https://doi.org/10.34203/jimfe.v5i1.1324>
- Firmanto, Y. (2019). Pengaruh Brand Image dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Chicken KFC. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 9(1), 148–162. <http://jurnal.globalhealthsciencegroup.com/index.php/JPPP/article/download/83/65%0Ahttp://www.embase.com/search/results?subaction=viewrecord&from=export&id=L603546864%5Cnhttp://dx.doi.org/10.1155/2015/420723%0Ahttp://link.springer.com/10.1007/978-3-319-76>
- Fitri, N., & Medan, P. N. (2020). Pengaruh Ekuitas Merk Terhadap Loyalitas Pelanggan (Study Kasus Mahasiswa Politeknik Negeri Medan) Pengaruh Ekuitas Merk Terhadap Loyalitas Pelanggan (Study Kasus Mahasiswa Politeknik Negeri Medan) Nursiah Fitri berupaya untuk membangun ekuitas merk y. February 2019.
- Fristiana, D. A. (2015). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Swalayan Ramai Peterongan Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis.*, Vol. 1. No. `.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS.
- Haryanto, R. A. (2013). Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran McDonaldâ€TMS Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 1465–1473. <https://doi.org/10.35794/emb.a.v1i4.2923>
- Ii, B. A. B., Teori, A. L., & Harga, P. (2019). 21160043 - IYAN - bab 2. 2013, 8–23.
- Kamanda, S. V. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Price Terhadap Keputusan

- Pembelian Air Minum Merek Sanford. (*Studi Pada Pelanggan Sinar Mart Jalan R Soeprapto Batam*) *Jurnal As-Said*, 1(1), 19–25.
- Kosanke, R. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Pati. *Jurnal Stie Semarang*, Vol 8, No 2.
- Kotler. (2016). *Principles of Marketing Sixteenth Editon Global Edition*.
- Kotler. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi ke 7* (7th ed.).
- Kotler. (2013). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kusuma, S. S., Wijayanto, A., & Listyorini, S. (2022). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Merek Uniqlo (Studi pada Konsumen Uniqlo Dp Mall Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 807–813. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.35892>
- Musay, F. P., Administrasi, F. I., Brawijaya, U., Perusahaan, C., & Pemakai, C. (2013). Brand image purchase intention. 2,3.
- Purnamawati, I. . P. S., Wianto Putra, I. M., & Wahyuni, N. M. (2022). The Effect of Brand Image on Online Purchase Decision with Mediation Word of Mouth on Fashion Products in Denpasar-Bali Province. *Jurnal Ekonomi & Bisnis JAGADITHA*, 9(1), 90–98. <https://doi.org/10.22225/jj.9.1.2022.90-98>
- Rahmawaty, P. (2014a). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sari Roti. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(2), 82–89. <https://doi.org/10.21831/jim.v11i2.11788>
- Rahmawaty, P. (2014b). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sari Roti. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(2), 82–89. <https://doi.org/10.21831/jim.v11i2.11768>
- Rindi, R., Nilowardono, S., & ... (2021). The Influence of Product Quality, Brand Image and Promotion on The Purchase Decision of 3second Fashion. *Journal of World ...*, 3(6), 549–556. <http://proceedings.worldconference.id/index.php/prd/article/view/402%0Ahttp://proceedings.worldconference.id/index.php/prd/article/download/402/204>
- Sallam, M. A. (2014). The Effects of Brand Image and Brand Identification on Brand Love and Purchase Decision Making: The Role of WOM. *International Business Research*, 7(10). <https://doi.org/10.5539/ibr.v7n10p187>
- Setyawati, K. E., Z, O. K., & Farradia, Y. (2021). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario (Studi Kasus Pada Cv Kirana Motorindo Jaya). *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Manajemen*, 3(4). <https://jom.unpak.ac.id/index.php/ilmumanajemen/article/view/1471>
- Silalahi, A. D. H. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Furendori Betta Jakarta Selatan). *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya*, 1–18.
- Silape, B. R., Mananeke, L., & Tumbuan, W. J. F. A. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Strategi Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsrat Influence of Brand Image Pricing Strategy To Laptop Buying Decision in University Students At Economy and Business Facu. 961 *Jurnal EMBA*, 7(1), 961–970.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.

- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.
- Supriyadi, S., Wiyani, W., & Nugraha, G. I. K. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(1), 74–85. <https://doi.org/10.26905/jbm.v4i1.1714>
- Tjiptono, fandy. (2014). Service, Quality & Satisfaction. (3rd ed.). Andi Offset.
- Tjiptono, fandy. (2015). Strategi Pemasaran (Edisi 4). Andi Offset.
- Tsabitah, N., & Anggraeni, R. (2021). The Effect of Brand Image, Brand Personality and Brand Awareness on Purchase Intention of Local Fashion Brand “This Is April.” *Kinerja*, 25(2), 234–250. <https://doi.org/10.24002/kinerja.v25i2.4701>
- Wahyuni, S., & Ginting, M. (2017). The Impact of Product Quality, Price and Distribution on Purchasing Decision on the Astra Motor Products in Jakarta. *Arthatama Journal of Business Management and Accounting*, 1(1), 18–26.
- Wydyanto, W., & Rafqi Ilhamalimy, R. (2021). Determination of Purchasing Decisions and Customer Satisfaction: Analysis of Service Quality and Product Quality (Marketing Management Literature Review). *Dinasti International Journal of Education Management And Social Science*, 2(3), 565–575. <https://doi.org/10.31933/dijemss.v2i3.822>.



PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ERIGO APPAREL

ORIGINALITY REPORT

11 %	11 %	4 %	6 %
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	6 %
2	Submitted to Ajou University Graduate School Student Paper	2 %
3	ejurnal.umri.ac.id Internet Source	2 %
4	text-id.123dok.com Internet Source	2 %

Exclude quotes On
Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%