

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
BROWNIES AMANDA DI KOTA MOJOKERTO
CABANG MOJOPAHIT**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Administrasi Bisnis**



VIO MAULIDDYNA ALSHINTA

NIM. 1121900020

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945
SURABAYA
2023**

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
BROWNIES AMANDA DI KOTA MOJOKERTO
CABANG MOJOPAHIT**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Administrasi Bisnis**



VIO MAULIDDYNA ALSHINTA

NIM. 1121900020

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945
SURABAYA
2023**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Vio Mauliddyna Alshinta
NIM : 1121900020
Judul : Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Brownies Amanda di kota Mojokerto Cabang Mojopahit

Surabaya, 22 Juni 2023


Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Disetujui Oleh,

Dosen Pembimbing I


Dr. Dra Ayun Maduwinarti, M.P

NPP. 20120.87.0103


Dra. Awin Mulyati, M.M

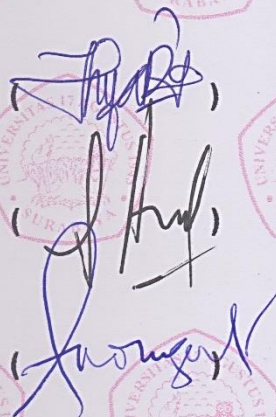
NPP. 20120.92.0283

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Bisnis pada 22 Juni 2023.

DEWAN PENGUJI:

1. **Dra. Awin Mulyati, MM**
Ketua
2. **Dra. Sri Andayani, MM**
Anggota
3. **Dr. IGN. Anom Maruta, MM**
Anggota



Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Dr. Dra. Ayu Maduwinarti, M.P
NPP. 20120.87.0130

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vio Mauliddyna Alshinta

NBI/NPM : 1121900020

Prodi : Administrasi Bisnis

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Brownies Amanda di kota Mojokerto Cabang Mojopahit”

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila dikemudian hari ternyata skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 22 Juni 2023

Yang membuat pernyataan,



Vio Mauliddyna Alshinta



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN

Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA

TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)

email : perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vio Mauliddyna Alshinta
NBI : 1121900020
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Nonexclusive Royalty - Free Right*)**, atas karya saya yang berjudul :

“Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Brownies Amanda di kota Mojokerto Cabang Mojopahit”

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Nonexclusive Royalty - Free Right*)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada Tanggal : 22 Juni 2023

Yang Menyatakan,



(Vio Mauliddyna Alshinta)

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S Al-Baqarah, 2:286)

“kita harus berarti untuk diri kita sendiri terlebih dahulu, sebelum kita menjadi orang yang berharga bagi orang lain”

(Ralph Waldo Emerson)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini merupakan bentuk rasa syukur saya kepada Allah SWT karena telah memberikan nikmat karunia pertolongan yang tiada henti hingga saat ini.

Skripsi ini saya persembahkan sebagai tanda bukti sayang dan cinta yang tak terhingga kepada kedua orang tua tercinta, khususnya mama saya Susi Artiana yang selalu mensupport saya di segala kondisi dan senantiasa mendoakan saya.

Skripsi ini saya persembahkan kepada saudara kembar saya Via Mauliddyna Alshinta, yang selalu menjadi *support system* terbaik, dan selalu menemani saya di segala kondisi.

Skripsi ini saya persembahkan kepada pemilik NIM 1461800159 yang telah menjadi *favorite human* saya dan berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini dengan meluangkan baik tenaga, pikiran, serta motivasi kepada saya.

Skripsi ini saya persembahkan kepada rekan-rekan seperjuangan saya terutama Bilqis Sylvia Devi, Nidya Gita Fatmatari, Fahrur Rizkiawan dan Pasukan Anu serta rekan-rekan lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terima kasih telah membantu saya menyelesaikan urusan perkuliahan selama 4 tahun ini dan menjadi bagian dari proses pengerjaan skripsi ini. *I'm gonna see you guys on top, cuz no matter how far miles our distance, friend still be friend.* Dan terspesial dipersembahkan kepada diri saya sendiri, karena telah bertahan sejauh ini, dan tidak pernah berhenti berusaha dan berdoa untuk menyelesaikan skripsi ini.

ABSTRAK

Persaingan bisnis kuliner di Indonesia berkembang sangat pesat dengan meningkatnya sektor ekonomi sejalan dengan berkembangnya era globalisasi. Banyaknya pelaku bisnis dibidang yang sejenis akan mengakibatkan persaingan yang semakin ketat. Perusahaan harus mampu mempunyai daya saing yang tinggi agar dapat bertahan dan meningkatkan kualitas usaha pada produknya. Banyak hal yang dapat dilakukan sebagai upaya perusahaan dalam meningkatkan daya saing antara lain adalah dengan meningkatkan *brand image* dan kualitas produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand image* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Brownies Amanda di kota Mojokerto Cabang Mojopahit. Penelitian ini mengambil 100 responden untuk diteliti dengan teknik *Non Probability Sampling* dengan teknik *Accidental Sampling*. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Berganda. Hasil dari uji t menunjukkan bahwa variabel *brand image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan dari uji F secara bersama-sama kedua variabel berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil dari uji t menunjukkan bahwa variabel yang dominan mempengaruhi adalah variabel kualitas produk. Penulis berharap agar kedepannya Brownies Amanda kota Mojokerto menjadi *Brand Image* yang memiliki reputasi baik dan selalu menjaga kualitas produk nya.

Kata kunci : *Brand Image*, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Culinary business competition in Indonesia is growing very rapidly with the increase in the economic sector in line with the development of the globalization era. The large number of business people in the same field will result in increasingly fierce competition. Companies must be able to have high competitiveness in order to survive and improve the business quality of their products. There are many things that can be done as a company effort to improve competitiveness, among others, by increasing brand image and product quality. This study aims to determine the effect of brand image and product quality on purchasing decisions of Amanda Brownies in the city of Mojokerto, Mojopahit Branch. This study took 100 respondents to be examined with the Non Probability Sampling technique with the Accidental Sampling technique. The analysis used in this study is Multiple Linear Regression Analysis. The results of the t test show that the brand image variable has a significant effect on purchasing decisions and the product quality variable has a significant effect on purchasing decisions. While from the F test both variables have a significant effect on purchasing decisions together. The results of the t test indicate that the variable that is dominantly influencing is product quality. The author hopes that in the future Amanda Brownies in the city of Mojokerto will become a Brand Image that has a good reputation and always maintains the quality of its products.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi. Penulis menyadari bahwa ada banyak kekurangan yang terdapat dalam Tugas Akhir Skripsi ini baik berupa cara penulisan, maupun tata bahasanya. Selama berlangsungnya kegiatan dan penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini penulis mendapat berbagai bimbingan, petunjuk, pengarahan maupun kritik dan saran, juga fasilitas yang sangat membantu saya hingga dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini. Saya selaku penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Mulyanto Nugroho,MM., CMA., CPAI selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M. Selaku Kaprodi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Ibu Dra.Awin Mulyati, MM. selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan motivasi kepada Penulis hingga terselesaikanya laporan ini.
5. Bapak Drs. Ute Ch. Nasution,MS selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan motivasi kepada Penulis hingga terselesaikanya laporan ini.
6. Seluruh dosen pengajar Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik beserta seluruh staf Tata Usaha yang telah memberi ilmu dan membantu mengurus administrasi kepada penulis sejak awal kuliah.
7. Brownies Amanda kota Mojokerto Cabang Mojopahit sebagai tempat penelitian
8. Kedua Orangtua serta seluruh Keluarga tercinta, yang telah mendukung dan mendoakan penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini, terutama untuk kedua orang tua saya.
9. Teman-teman seperjuangan yang saling memberikan semangat,
10. Semua pihak yang telah mendukung dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini, sehingga dapat bermanfaat bagi kita semua.

Surabaya, 22 Juni 2023

Vio Mauliddyna Alshinta

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
SKRIPSI.....	i
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Teoritis	5
1.4.2 Manfaat Praktis	5
1.5 Sistematika Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori.....	13
2.2.1 <i>Brand Image</i>	14
2.2.1.1 Pengertian Brand Image.....	14
2.2.1.2 Dimensi Pembentuk Brand Image	14
2.2.1.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Terbentuknya Brand Image	16
2.2.1.4 Indikator Brand Image	17
2.2.2 Kualitas Produk.....	18
2.2.2.1 Pengertian Kualitas Produk.....	18
2.2.2.2 Manfaat Kualitas Produk.....	18
2.2.2.3 Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk	19
2.2.2.4 Indikator Kualitas Produk	21
2.2.3 Keputusan Pembelian.....	23
2.2.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	23
2.2.3.2 Faktor Keputusan Pembelian	23
2.2.3.3 Indikator Keputusan Pembelian	27
2.3 Definisi Konsep.....	28
2.3.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	28

2.3.2	Pengertian Kualitas Produk.....	28
2.3.3	Pengertian Keputusan Pembelian.....	29
2.4	Definisi Operasional	29
2.4.1	<i>Brand Image</i>	29
2.4.2	Kualitas Produk.....	30
2.4.3	Keputusan Pembelian.....	32
2.5	Pola Hubungan Antar Variabel	32
2.5.1	Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.5.2	Pengaruh Kualitas Produk Dengan Keputusan Pembelian.....	33
2.6	Kerangka Dasar Pemikiran	34
2.7	Hipotesis.....	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		37
3.1	Rancangan Penelitian.....	37
3.2	Populasi dan Sampel	38
3.2.1	Populasi.....	38
3.2.2	Sampel.....	38
3.3	Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian.....	39
3.3.1	Skala Pengukuran.....	39
3.3.2	Instrumen Penelitian.....	40
3.3.2.1	Uji Validitas	40
3.3.2.2	Uji Realiabilitas.....	41
3.4	Jenis Data dan Sumber Data	42
3.4.1	Jenis Data	42
3.4.2	Sumber Data.....	42
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.6	Teknik Analisis Data.....	43
3.6.1	Analisis Deskriptif	43
3.6.2	Uji Asumsi Klasik.....	43
3.6.2.1	Uji Normalitas.....	43
3.6.2.2	Uji Multikolinearitas	43
3.6.2.3	Uji Heteroskedastisitas.....	44
3.6.3	Analisis Regresi Linier Berganda	44
3.6.4	Uji Signifikan Pengaruh Parsial (Uji t)	44
3.6.5	Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	45
3.6.6	Koefisien Determinasi (R^2).....	45
BAB IV PENYAJIAN, ANALISIS DAN PEMBAHASAN		47
4.1	Penyajian Data	47
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	47
4.1.1.1	Sejarah Perusahaan.....	47

4.1.1.2	Visi Misi dan Tujuan Perusahaan	48
4.1.2	Karakteristik Responden	49
4.1.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin	49
4.1.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
4.1.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Bulan	50
4.1.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi	51
4.1.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian	52
4.1.3	Uji Instrumen	52
4.1.3.1	Uji Validitas	52
4.1.3.2	Uji Reliabilitas	54
4.2	Tabulasi Data	55
4.2.1	Frekuensi Sebaran Variabel <i>Brand Image</i> (X1)	55
4.2.2	Frekuensi Sebaran Variabel Kualitas Produk (X2)	58
4.2.3	Frekuensi Sebaran Variabel Keputusan Pembelian (Y)	61
4.3.1	Tabulasi Nilai Rata-Rata Responden	64
4.3.1.1	Nilai Mean <i>Brand Image</i>	64
4.3.1.2	Nilai Mean Kualitas Produk	66
4.3.1.3	Nilai Mean Keputusan Pembelian	68
4.3.2	Uji Asumsi Klasik	69
4.3.2.1	Uji Normalitas	69
4.3.2.2	Uji Multikolinearitas	70
4.3.2.3	Uji Heteroskedastisitas	71
4.3.3	Uji Hipotesis (Analisis Regresi Linier Berganda)	72
4.3.3.1	Koefisien Determinasi (R^2)	73
4.3.3.2	Uji Statistik t (Uji Parsial)	73
4.3.3.3	Uji Statistik F (Uji Simultan)	75
4.4	Pembahasan	76
4.4.1	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian Brownies Amanda di kota Mojokerto Cab.Mojopahit	76
4.4.2	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Brownies Amanda di kota Mojokerto Cab. Mojopahit	77
4.4.3	Pengaruh <i>Brand Image</i> dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Brownies Amanda di kota Mojokerto Cab. Mojopahit	78
BAB V PENUTUP		79
5.1	Kesimpulan	79
5.2	Rekomendasi	80
5.2.1	Bagi Brownies Amanda di kota Mojokerto Cab.Mojopahit	80
5.2.2	Bagi Peneliti Selanjutnya	81
DAFTAR PUSTAKA		83
LAMPIRAN		89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bagan Kerangka Berpikir.....	35
Gambar 4.1 Store Brownies Amanda Kota Mojokerto Cab.Mojopahit.....	47
Gambar 4.2 Varian Produk Brownies Amanda.....	48
Gambar 4.3 Normal P-P Plot Uji Normalitas.....	70
Gambar 4.4 <i>Scatterplot</i> Uji Heteroskedastisitas	71

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan Brownies Amanda kota Mojokerto Tahun 2021-2022	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	7
Tabel 3.1 Skala Likert.....	39
Tabel 3.2 Tingkat Reliabilitas	41
Tabel 4.1 Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4.2 Deskripsi Responden berdasarkan Pekerjaan.....	50
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Bulan	50
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi terkait Store Brownies Amanda di kota Mojokerto Cab.Mojopahit	51
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	52
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Data	53
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Data	54
Tabel 4.8 Tabulasi Data Variabel Brand Image (X1)	55
Tabel 4.9 Tabulasi Data Variabel Kualitas Produk (X2)	58
Tabel 4.10 Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian (Y)	61
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden dan Nilai Mean atas Variabel Brand Image (X1)	64
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden dan Nilai Mean atas Variabel Kualitas Produk (X2)	66
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden dan Nilai Mean atas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	68
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	70
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	72
Tabel 4.16 Hasil Uji Determinasi.....	73
Tabel 4.17 Hasil Uji t (Parsial)	74
Tabel 4.18 Hasil Uji F (Simultan).....	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	89
Lampiran 2: Kartu Bimbingan	93
Lampiran 3: Rekapitulasi Hasil Pengumpulan Kuesioner	95
Lampiran 4 : Hasil uji statistik pada SPSS.....	104
Lampiran 5 : Hasil Turnitin	118