

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA DISTRO
LUXURIOUS APPAREL
DI SINGARAJA**

SKRIPSI

**Diajukan kepada
Universitas Pendidikan Ganesha
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen**

**OLEH :
I KOMANG AGUS ROBY ANTARAYANA
1817041245**



**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA**

2022

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS DAN
MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK MENCAPAI GELAR
SARJANA EKONOMI**

Menyetujui

Pembimbing I,



Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M.
NIP 198309212015041001

Pembimbing II,



Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M.
NIP 198207292010122003

Skripsi oleh I Komang Agus Roby Antarayana
telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal 20 Juli 2022

Dewan Penguji



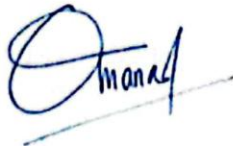
Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M.
NIP. 198309212015041001

(Ketua)



Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M.
NIP. 198207292010122003

(Anggota)



Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si.
NIP. 198502202010121007

(Anggota)

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas
Ekonomi Universitas Pendidikan
Ganesha
Guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi

Pada :

Hari : Rabu
Tanggal : 20 Juli 2022

Mengetahui,

Ketua Ujian,

Sekretaris Ujian,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si
NIP.196810291993032001

Komang Krisna Hervanda, S.E., M.M.
NIP. 198309212015041001



Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA
NIP. 197906162002121003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Luxurious Apparel di Singaraja” beserta seluruh isinya benar-benar karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini saya siap menanggung resiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 20 Juli 2022
Yang membuat pernyataan



I Komang Agus Roby Antarayana
NIM. 1817041245

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Ida Sang Hyang Widhi Wasa, karena berkat rahmat dan karunianya lah dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pada Luxurious Apparel di Singaraja”. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha. Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bimbingan, arahan, serta bantuan baik moral maupun material dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. I Nyoman Jampel, M.Pd selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E.Ak., M.Si., CA., CPA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E, M.Si selaku ketua jurusan manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
4. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M selaku koordinator program studi manajemen Universitas Pendidikan Ganesha dan pembimbing I yang senantiasa mendampingi, membimbing, memberikan motivasi, penuh tanggung jawab dan semangat mengarahkan penulis sampai terselesaikannya skripsi ini.
5. Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M selaku Pembimbing II sekaligus sebagai Pembimbing Akademik yang dengan segala kesabaran dan semangat dalam memberikan bimbingan dan masukan selama proses penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen di Jurusan Manajemen yang selaku membimbing dan mendidik selama penulis belajar di Jurusan Manajemen.
7. Kepala Tata Usaha serta staf di Fakultas Ekonomi yang telah membantu penulis dalam proses pengimputan nilai serta memberikan informasi yang berkaitan dengan nilai perkuliahan.

8. Kepala Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha beserta staf yang telah memberikan kemudahan pelayanan peminjaman buku-buku yang dibutuhkan selama penyusunan skripsi ini.
9. Kedua orang tua saya, saudara dan seluruh keluarga saya yang selalu memberikan perhatian, motivasi, dukungan serta doa yang tulus sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Kepada diri sendiri yang sudah mampu untuk menyelesaikan tanggung jawab atas pilihan yang telah diambil.
11. Kepada Kadek Dena Ayu Kencani yang sudah selalu membantu, menemani dan memberi motivasi serta doa yang tulus sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan penuh semangat.
12. Kepada teman saya Manggala, Gita dan Yogi yang sudah membantu dan menghibur penulis selama pembuatan skripsi ini.
13. Kepada teman-teman Jurusan Manajemen angkatan 2018.
14. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini. Menyadari atas segala keterbatasan kemampuan penulis bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari para pembaca sebagai bahan masukan bagi penulis di masa yang akan datang. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Singaraja, 16 Juni 2022

Penulis

DAFTAR ISI

PRAKATA.....	i
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian.....	8
1.3 Pembatasan Masalah Penelitian.....	8
1.4 Rumusan Masalah Penelitian.....	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1 Keputusan Pembelian.....	11
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	11
2.1.2 Dimensi Keputusan Pembelian.....	11
2.1.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	12
2.2 Kualitas Produk.....	13
2.2.1 Pengertian Kualitas Produk.....	13
2.2.2 Dimensi kualitas produk.....	13
2.2.3 Indikator Kualitas produk.....	14
2.3 Citra Merek.....	14

2.3.1 Pengertian Citra Merek.....	14
2.3.2 Dimensi Citra Merek.....	15
2.3.3 Indikator Citra Merek.....	16
2.4 Promosi.....	16
2.4.1 Pengertian Promosi.....	16
2.4.2 Dimensi Promosi	17
2.4.3 Indikator Promosi	18
2.5 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan	18
2.6 Hubungan Antar Variabel	22
2.6.1 Hubungan Kualitas Produk, Citra Merek, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian	22
2.6.2 Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	22
2.6.3 Hubungan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	23
2.6.4 Hubungan Promosi terhadap Keputusan Pembelian	23
2.7 Kerangka Berpikir	23
2.8 Hipotesis Penelitian.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Rancangan Penelitian	26
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	26
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	26
3.4 Definisi Operasional variabel.....	28
3.5 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data	29
3.5.1 Metode Pengumpulan Data	29
3.5.2 Instrumen Pengumpulan Data.....	29
3.6 Metode dan Teknik Analisis Data	33

3.6.1 Uji Asumsi Klasik	33
3.6.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	35
3.6.3 Koefisien Determinasi (R^2)	36
3.6.4 Pengujian Hipotesis.....	36
BAB IV PEMBAHASAN	39
4.1 Deskripsi Data	39
4.2 Metode dan Teknik Analisis Data	41
4.2.1 Uji Asumsi Klasik	41
4.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	47
4.2.3 Koefisien Determinasi (R^2)	48
4.3 Pengujian Hipotesis.....	49
4.3.1 Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian	49
4.3.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	49
4.3.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	49
4.3.4 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	49
4.4 Pembahasan.....	50
4.4.1 Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian	50
4.4.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	51
4.4.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	53
4.4.4 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	54
4.5 Keterbatasan Penelitian	57
4.6 Implikasi.....	57

BAB V PENUTUP	60
5.1 Rangkuman.....	60
5.2 Simpulan.....	62
5.3 Saran.....	62
DAFTAR RUJUKAN.....	64
LAMPIRAN	68



DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
Tabel 1.1	Laporan Penjualan Produk Luxurious Apparel.....	3
Tabel 2.1	Kajian Hasil Penelitian yang Relevan.....	18
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	28
Tabel 3.2	Hasil Uji Realibilitas	31
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas	32
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	41
Tabel 4.4	Hasil Uji Normalitas.....	44
Tabel 4.5	Hasil Uji Multikolinieritas.....	45
Tabel 4.6	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	47
Tabel 4.7	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	47



DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
Gambar 2.1	Paradigma Penelitian Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	24
Gambar 4.1	Hasil Uji Normalitas-Histogram.....	43
Gambar 4.2	Hasil Uji Normalitas- <i>Normal Probability Plot</i>	44
Gambar 4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas <i>Scatterplot</i>	46



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 01. Kuesioner Penelitian.....	68
Lampiran 02. Tabulasi Data Identitas Responden.....	71
Lampiran 03. Tabulasi Data Sampel Kecil Variabel Kualias Produk (X ₁), Citra Merek (X ₂) dan Promosi (X ₃) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	74
Lampiran 04. Hasil Uji Validitas Sampel Kecil.....	85
Lampiran 05. Hasil Uji Realibilitas Sampel Kecil.....	88
Lampiran 07. Hasil Uji Validitas Sampel Besar.....	89
Lampiran 08 Hasil Uji Realibilitas Sampel Besar.....	91
Lampiran 09. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	92
Lampiran 10. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	95

