

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MIXUE DI SINGARAJA**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
Universitas Pendidikan Ganesha
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Manajemen**



**Oleh
Made Anggi Dwipa Yani
NIM 2017041161**

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

2024

SKRIPSI

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



Pembimbing 1,

Pembimbing 2,

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

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

Skripsi oleh Made Anggi Dwipa Yani
Telah dipertahankan di depan dewan penguji
Pada tanggal Rabu, 04 Desember 2024

Dewan Penguji,



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

(Ketua)



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

(Anggota)



Made Amanda Dewanti, S.E., M.M
NIP. 199106072020122017

(Anggota)



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

Pada :

Hari : Rabu

Tanggal : 04 Desember 2024



Mengetahui,

Ketua Ujian,

Sekretaris Ujian,

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

Made Amanda Dewanti, S.E., M.M
NIP. 199106072020122017

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ekonomi



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

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mixue di Singaraja seluruh isinya ialah benar – benar karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan serta pengutipan dengan cara – cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam bidang keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila pada kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.



MOTTO

Orang lain ga akan bisa paham *struggle* dan masa sulit nya kita yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun tidak ada yang tepuk tangan, kelak dari kita dimasa depan. Akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini.



PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat-Nya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mixue di Singaraja”** tepat pada waktunya. Skripsi ini disusun guna untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan dan dukungan baik berupa moral dan material dari berbagai pihak. Sehubungan dengan hal tersebut maka pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. I Wayan Lasmawan, M.Pd. selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha .
2. Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., Ak., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., M.B.A. selaku Ketua Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha.
4. Made Amanda Dewanti, S.E., M.M. Kepala Program Studi S1 Manajemen, Jurusan Ekonomi dan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha.
5. Dr.Dra. Ni Made Suci, M.Si selaku Pembimbing I yang telah bersedia memberikan bimbingan, masukan, dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Dr. I Nengah Suarmanayasa. S.E., M.Si selaku Pembimbing II yang telah bersedia memberikan bimbingan serta arahan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Penelaah yang telah memberikan masukan-masukan kepada penulis untuk dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi S1 Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha yang telah memberikan wawasan, pengetahuan dan bimbingan kepada penulis selama mengikuti masa perkuliahan.

9. Kepala Tata Usaha Fakultas Ekonomi beserta staf yang telah bersedia membantu dan memberikan berbagai macam informasi selama perkuliahan.
10. Kepala Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha beserta staf yang telah memberikan pelayanan dan memeberikan kemudahan dalam peminjaman buku-buku yang diperlukan dalam penyusunan skripsi.
11. Orang tua tercinta, Bapak Nyoman Anggarsa dan Ibu Wayan Kerti yang telah sabar dalam mendidik dan tiada henti memberikan kasih sayang, dukungan, doa dan motivasi baik secara moral dan material kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Saudara penulis serta keluarga besar penulis yang selalu memberikan dukungan, doa dan motivasi dengan penuh kasih sayang sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
13. Seluruh teman-teman Prodi Manajemen angkatan 2020 yang telah membantu penulis selama perkuliahan.
14. Sahabat SMA (Fauziah, Pinta, Ayu Ratna, Indra) yang telah memberikan dukungan dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsian.
15. Sahabat Perkuliahan (Yulia, Devi, Erza, Ariyani) yang selalu ada saat aku membutuhkan kalian, terima kasih doa, motivasi, semangat, setia membantu dan memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini, Aku sayang kalian!
16. Seluruh pihak yang tidak dapat dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu penyusunan skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung.
17. *Last but not least*, trimakasih kepada diriku sendiri, Made Anggi Dwipa Yani, S.M., Nim 2017041161, karena telah mampu bertahan dan berusaha keras untuk mendapat gelar sarjana dan hidup dengan baik di sini. Terimakasih telah bangkit ketika jatuh, terimakasih telah mampu menahan ego diri sendiri dan tidak menyerah untuk melanjutkan penyusunan skripsi ini dan menyelesaikan dengan semaksimal mungkin, imtinya terima kasih sudah bertahan, berjuang dan berproses dalam menyelesaikan skripsi ini *Proud of me, finally i did it.*

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang tersaji dalam skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan kemampuan yang penulis miliki.

Oleh karena itu demi kesempurnaan skripsi ini, penulis mengharapkan segala kritik maupun saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak.

Singaraja, 04 Desember
2024

Penulis



DAFTAR ISI

PRAKATA	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian.....	12
1.3 Pembatasan Masalah.....	12
1.4 Perumusan Masalah Penelitian.....	13
1.5 Tujuan Penelitian.....	13
1.6 Manfaat Penelitian.....	14
BAB II KAJIAN TEORI.....	16
2.1 Kajian Teori.....	16
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	16
2.1.2 <i>Brand Image</i>	25
2.1.3 Kualitas Produk.....	28
2.2 Penelitian Terdahulu.....	33
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	38
2.3.1 Hubungan <i>Brand Image</i> , dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	38
2.3.2 Hubungan <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	38

2.3.3	Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	39
2.4	Kerangka Berpikir.....	40
2.5	Hipotesis Penelitian	41
 BAB III METODE PENELITIAN.....		43
3.1	Tempat Dan Waktu Penelitian.....	43
3.2	Rancangan Penelitian.....	43
3.3	Subjek Penelitian dan Objek Penelitian.....	44
3.4	Populasi dan Sampel Penelitian	44
3.4.1	Populasi.....	44
3.4.2	Sampel	45
3.5	Variabel dan Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	46
3.6	Metode dan Instrumen Pengumpulan Data.....	48
3.6.1	Metode Pengumpulan Data.....	48
3.6.2	Instrumen Pengumpulan Data.....	49
3.7	Metode dan Teknik Analisis Data.....	52
3.7.1	Uji Asumsi Klasik.....	52
3.7.2	Analisis Regresi Linear Berganda	54
3.7.3	Pengujian Hipotesis	55
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		58
4.1	Deskripsi Data Penelitian.....	58
4.2	Pengujian Asumsi	60
4.2.1	Analisis Statistik Deskriptif	60
4.2.2	Pengujian Asumsi Klasik.....	62
4.3	Analisis Regresi Linear Berganda	65

4.4	Koefisien Determinasi (R^2)	67
4.5	Pengujian Hipotesis	68
4.5.1	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian Mixue	69
4.5.2	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Mixue	69
4.5.3	Pengaruh <i>Brand Image</i> dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Mixue	70
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian	71
4.6.1	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap terhadap Keputusan Pembelian Mixue	71
4.6.2	Pengaruh Kualitas Produk terhadap terhadap Keputusan Pembelian Mixue	73
4.6.3	Pengaruh <i>Brand Image</i> dan Kualitas Produk terhadap terhadap Keputusan Pembelian Mixue	76
4.7	Keterbatasan Penelitian.....	78
4.8	Implikasi	78
BAB V PENUTUP.....		80
5.1	Rangkuman	80
5.2	Simpulan	84
5.3	Saran	85
DAFTAR RUJUKAN		87
LAMPIRAN.....		91

DAFTAR TABEL

TABEL	HALAMAN
Tabel 1.1 Kategori Brand Desserts and Beverages di Kota Singaraja	4
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3.1 Definisi Operasional Penelitian.....	47
Tabel 3.2 Skala Pengukuran Respon	48
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas.....	50
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 4.1 Karakteristik Data Responden	58
Tabel 4.2 Hasil Analisis Statistik Deskriptif	60
Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas.....	63
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas	64
Tabel 4.5 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	66
Tabel 4.6 Hasil Uji Koefisien Determinasi	68
Tabel 4.7 Hasil Uji Secara Simultan	71



DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	HALAMAN
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	41
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)	65



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN	HALAMAN
Lampiran 01. Kuesioner Penelitian	92
Lampiran 02. Tabulasi Data Kuesioner.....	96
Lampiran 03. Uji Kualitas Data	112
Lampiran 04. Analisis Deskriptif	118
Lampiran 05. Uji Asumsi Klasik.....	119
Lampiran 06. Pengujian Hipotesis	121
Lampiran 07. Karakteristik Responden.....	122

