

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ZILCH DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh:

OKTA AMELIA HERMAYANTI

20201221034

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

2024

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ZILCH DI KOTA SURABAYA**

**Diajukan guna memenuhi
salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen**



Oleh:

OKTAMELIA HERMAYANTI

20201221034

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

2024

PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Okta Amelia Hermayanti

NIM : 20201221034

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya tulis ini, benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian atau seluruhnya.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan Skripsi ini hasil plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Sidoarjo, 29 Desember 2024

Yang membuat pernyataan,



(Okta Amelia Hermayanti)

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ZILCH DI KOTA SURABAYA**

Diajukan Oleh:

OKTA AMELIA HERMAYANTI

20201221034

Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh:

Dosen Pembimbing,

Tandatangan

Tanggal

1. Dr. Siti Maro'ah, M.Pd.

24/12/2024

2. Ali Imaduddin Futuwwah, S.Sos., M.SM., CMA

30/12/2024

Mengetahui :

Dekan,

Ketua Program Studi

Dr. Mochamad Mochklas, S.Si., MM.

Dr. Dwi Songgo Panggayudi, ST., MM.

PENGESAHAN PANITIA PENGUJI
PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ZILCH DI KOTA SURABAYA

Nama : Okta Amelia Hermayanti
NIM : 20201221034

Program Studi : Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surabaya

Pada Hari / Tanggal : Senin / 13 Januari 2025
Pukul : 13.30 WIB sampai dengan 14.30 WIB

Tim Dosen Penguji terdiri dari

Ketua Penguji


Dr. Siti Maro'ah, M.Pd.

Anggota I


Dr. Muhammad Anang Firmansyah, M.M.

Anggota II


Ali Imaduddin Futuwah, S.Sos., M.SM., CMA

Mengetahui

Dekan,


Dr. Mochamad Mochklas, S.Si., MM.

Ketua Program Studi


Dr. Dwi Songgo Panggayudi, ST., MM.

PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ZILCH DI KOTA SURABAYA

Okta Amelia Hermayanti

e-mail : oktaameliahermayanti@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Zilch di Kota Surabaya. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner yang dibagikan kepada 337 responden, yaitu konsumen Zilch di Kota Surabaya. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Citra Merek dan Kualitas Produk, sedangkan variabel dependen adalah Keputusan Pembelian. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan *software* IBM SPSS Statistics 30.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra Merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai t_{hitung} sebesar 7,368 dan nilai signifikansi 0,001, Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai t_{hitung} sebesar 8,369 dan nilai signifikansi 0,001. Secara simultan, Citra Merek dan Kualitas Produk secara bersama-sama memberikan pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai F_{hitung} sebesar 285,495 dengan tingkat signifikansi 0,001. Hasil koefisien determinasi (R^2) didapatkan sebesar 0,631 yang berarti bahwa variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat sebesar 63,1% sedangkan 36,9% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel dalam penelitian ini.

Kata kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Zilch, Surabaya.

BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY EFFECT ON PURCHASE DECISIONS FOR ZILCH PRODUCTS IN SURABAYA

Okta Amelia Hermayanti

e-mail : oktaameliahermayanti@gmail.com

ABSTRACT

This study aimed to analyze the influence of brand image and product quality on purchase decisions of Zilch products in Surabaya. The research approach used was quantitative, with a survey method through a questionnaire distributed to 337 respondents of Zilch consumers in Surabaya. The independent variables in this study were Brand Image and Product Quality, while the dependent variable was Purchasing Decisions. The data obtained were analysed using multiple linear regression analysis with the help of IBM SPSS Statistics 30.0 software. The results of the study indicated that Brand Image had a positive and significant influence on Purchasing Decisions with a t-value of 7.368 and a significance value of 0.001, Product Quality had a positive and critical influence on purchasing decisions with a t-value of 8.369 and a significance value of 0.001. Simultaneously, brand image and product quality significantly influenced purchase decisions, with an F-value of 285.495 and a significance level of 0.001. The results of the coefficient of determination (R^2) obtained were 0.631, which meant that the independent variable influenced the dependent variable by 63.1%. However, other factors outside the variables influenced 36.9% in this study.

Keywords : Brand Image, Product Quality, Purchasing Decision, Zilch, Surabaya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat Menyusun skripsi ini dengan judul “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Zilch di Kota Surabaya”. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Penulis menyadari betapa pentingnya dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Bapak Dr. Mundakir, S.Kep., Ns., M.Kep. sebagai Rektor Universitas Muhammadiyah Surabaya yang telah mengizinkan penulis menjadi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surabaya.
- 2) Bapak Dr. Mochamad Mochklas, S.Si., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.
- 3) Bapak Dr. Dwi Songgo Panggayudi, S.T., M.M. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surabaya.
- 4) Ibu Dr. Siti Maro'ah, M.Pd. selaku dosen pembimbing I dan Bapak Ali Imaduddin Futuwwah, S.Sos., M.SM., CMA selaku dosen pembimbing II yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing penulis dalam menyusun skripsi ini.

- 5) Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya yang telah memberikan ilmu serta nasehat selama menempuh pendidikan.
- 6) Keluarga yang telah memberikan dukungan moral dan semangat dalam menjalani studi ini.
- 7) Teman-teman yang selalu siap membantu dan berbagi ide selama proses ini.
- 8) Narasumber yang bersedia meluangkan waktu untuk memberikan informasi yang penulis butuhkan dalam penelitian ini.

Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat, tambahan wawasan bagi pembaca, dan sebagai bahan referensi sederhana bagi penelitian sejenis di masa mendatang. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan di masa mendatang.

Sidoarjo, 20 Desember 2024



Okta Amelia Hermayanti

DAFTAR ISI

PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	i
PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN PANITIA PENGUJI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
A. Landasan Teori	11
B. Penelitian Terdahulu.....	26
C. Kerangka Konseptual dan Model Analisis	36
D. Hipotesis	38
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Pendekatan Penelitian.....	39
B. Identifikasi Variabel	39
C. Definisi Operasional Variabel	40
D. Populasi dan Teknik Sampling.....	44
E. Objek dan Waktu Penelitian.....	47
F. Metode dan Teknik Pengumpulan Data	48
G. Uji Instrumen.....	49
1. Uji Validitas	49

2. Uji Reliabilitas	50
H. Teknik Analisis Data	50
1. Uji Asumsi Klasik.....	50
2. Analisis Regresi Linear Berganda	52
3. Uji Hipotesis	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	55
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	55
1. Profil Perusahaan	55
2. Jenis Produk.....	55
B. Deskripsi Hasil Penelitian.....	56
1. Karakteristik Responden.....	56
2. Deskripsi Penelitian	59
3. Uji Instrumen	62
4. Uji Asumsi Klasik.....	65
5. Analisis Regresi Linear Berganda	67
C. Hasil Uji Hipotesis	69
1. Uji t (Uji Parsial).....	69
2. Uji F (Uji Simultan).....	71
3. Uji Koefisien Determinasi	72
D. Pembahasan	73
BAB V PENUTUP.....	80
A. Kesimpulan.....	80
B. Saran.....	80
C. Keterbatasan Penelitian	82
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN	86

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	40
Tabel 3.2 Data Konsumen Zilch Pada September 2023 – Februari 2024.....	45
Tabel 3.3 Pengukuran Skala Likert.....	49
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	58
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Variabel Citra Merek	59
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk.....	60
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian.....	61
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas	63
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	64
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas.....	66
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	68
Tabel 4.11 Hasil Uji t.....	70
Tabel 4.12 Hasil Uji F	72
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produk Paling Banyak Dibeli di Indonesia Tahun 2023	2
Gambar 1.2 Jenis Fashion Paling Banyak Dibeli Warga Indonesia Tahun 2023	3
Gambar 1.3 Data Penjualan Zilch September 2023 – Februari 2024	4
Gambar 1.4 Daftar Kategori Produk Terjual September 2023 - Februari 2024.....	5
Gambar 1.5 Logo Zilch	6
Gambar 1.6 Produk Zilch	7
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	36
Gambar 2.2 Model Analisis.....	37
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	65
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 SK Dosen Pembimbing	87
Lampiran 2 Surat Izin Penelitian	88
Lampiran 3 Surat Balasan Izin Penelitian.....	89
Lampiran 4 Kartu Bimbingan Skripsi	90
Lampiran 5 Surat Keterangan Bukti Bebas Plagiasi.....	91
Lampiran 6 Endorsement Letter	92
Lampiran 7 Lembar Perbaikan Skripsi	93
Lampiran 8 Kuesioner Penelitian	94
Lampiran 9 Tabulasi Identitas Responden.....	99
Lampiran 10 Tabulasi Hasil Perhitungan Kuesioner	108
Lampiran 11 Hasil Karakteristik Responden.....	134
Lampiran 12 Hasil Uji Instrumen	135
Lampiran 13 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	141
Lampiran 14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	143
Lampiran 15 Hasil Uji Hipotesis	144