

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *BRAND FASHION*
UNIQLO DI JAKARTA**

CELLINA MEIDY

1707617042



*Mencerdaskan &
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2021

***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND BRAND
IMAGE ON THE PURCHASE DECISION OF UNIQLO BRAND
FASHION IN JAKARTA***

CELLINA MEIDY

1707617042



*Mencerdaskan &
Memartabatkan Bangsa*

*This Thesis is Prepared as One of The Requirements to Obtain
A Bachelor's Degree of Education at The Faculty Of Economics
University of Jakarta*

BUSINESS EDUCATION STUDY PROGRAM

FACULTY OF ECONOMICS

UNIVERSITY OF JAKARTA

2021

ABSTRAK

CELLINA MEIDY. Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian *Brand Fashion* Uniqlo di Jakarta. Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, 2021.

Keputusan pembelian merupakan tahapan dimana konsumen akan menentukan apakah suatu produk dapat memenuhi kebutuhan atau keinginannya dengan dibantu oleh beberapa aspek yaitu kualitas produk dan citra merek. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh antara kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian *brand fashion* Uniqlo di Jakarta. Populasi pada penelitian ini yaitu masyarakat Jakarta yang mempunyai keputusan untuk membeli produk Uniqlo. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode survei menggunakan *Google Form* dengan teknik *purposive sampling* sebagai teknik pengambilan sampelnya sebanyak 200 responden. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data regresi linear sederhana dengan menggunakan SPSS 22 dan didapat hasil bahwa kualitas produk dan citra merek memiliki nilai linearitas $< 0,05$ yang berarti bahwa variabel tersebut memiliki hubungan yang linear. Dari hasil uji regresi didapat persamaan $\hat{Y} = 2.662 + 0,901 X_1$ dan $\hat{Y} = 10.289 + 1,446 X_2$. Pada uji t didapat hasil bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, hal tersebut membuktikan adanya pengaruh yang signifikan. Pada uji korelasi *pearson* didapat hasil yang positif yang membuktikan bahwa adanya hubungan yang positif antar variabel. Perhitungan koefisien determinasi menghasilkan nilai sebesar 68,6% pada kualitas produk terhadap keputusan pembelian dan 41,8% pada citra merek terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

CELLINA MEIDY. *The Influence of Product Quality and Brand Image on The Purchase Decision of Uniqlo Brand Fashion in Jakarta. Business Education Study Program, Faculty of Economics, University of Jakarta 2021.*

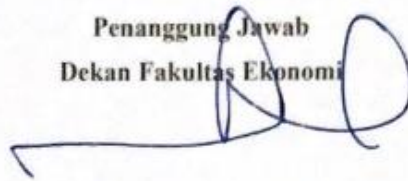
The purchase decision is the stage where consumers will determine whether a product can meet their needs or desires with the help of several aspects, namely product quality and brand image. This thesis aims to determine the influence of product quality and brand image on purchasing decisions for the Uniqlo fashion brand in Jakarta. The population in this thesis is the people of Jakarta who have a decision to buy Uniqlo products. This research is a quantitative research with a survey method using Google Form with a purposive sampling technique as a sampling technique as many as 200 respondents. This study uses a simple linear regression data analysis technique using SPSS 22 and the results obtained that product quality and brand image have a linearity value <0.05 , which means that these variables have a linear relationship. From the results of the regression test, the equation $\hat{Y}=2.662+0,901 X_1$ dan $\hat{Y}=10.289+1,446 X_2$. In the t-test, the result is that the value of $t_{count} > t_{table}$, it proves that there is a significant effect. In the Pearson correlation test, positive results were obtained which prove that there is a positive relationship between variables. Calculation of the coefficient of determination produces a value of 68.6% on product quality on purchasing decisions and 41.8% on brand image on purchasing decisions.

Keywords: Product Quality, Brand Image, and Purchase Decisions

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd
NIP. 197207152001121001



No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	<u>Dr. Corry Yohana, M.M</u> NIP.1959091181985032011 (Ketua Penguji)		6 Juli 2021
2	<u>Dra. Basrah Saidani, M.Si</u> NIP. 196301191992032001 (Penguji 1)		19 Juli 2021
3	<u>Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Si</u> NIP.196610302000121001 (Penguji 2)		12 Juli 2021
4	<u>Ryna Parlyna, MBA</u> NIP.197701112008122003 (Pembimbing 1)		19 Juli 2021
5	<u>Nadva Fadillah F, S.Pd., M.Pd</u> NIP. 199302202019032022 (Pembimbing 2)		20 Juli 2021

Nama : Cellina Meidy
No. Registrasi : 1707617042
Program Studi : Pendidikan Bisnis
Tanggal Lulus : 29 Juli 2021

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

LEMBAR ORISINILITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademi sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum di publikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademi berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Juli 2021

Yang Membuat Pernyataan



Cellina Meidy

NIM. 1707617042

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Cellina Meidy
NIM : 1707617042
Fakultas/Prodi : Ekonomi/Pendidikan Bisnis
Alamat email : cellinameidy79@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian *Brand Fashion Uniqlo* di Jakarta

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 27 Agustus 2021

(Cellina Meidy)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah peneliti panjatkan atas rasa terima kasih dan rasa syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, kelancaran serta karunia-Nya, sehingga peneliti bisa menyelesaikannya penelitian ini dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian *Brand Fashion* Uniqlo di Jakarta”.

Penelitian ini disusun dalam rangka memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Pendidikan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam penulisan penelitian ini, peneliti menyadari banyaknya kekurangan yang tidak dapat diselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak.

Dalam kesempatan ini, peneliti mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Ryna Parlyna, M.B.A selaku dosen pembimbing I, pembimbing akademik dan juga Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah banyak memberikan bimbingan, ilmu, saran, evaluasi serta motivasi dalam penulisan penelitian ini.
2. Nadya Fadillah Fidyallah, S.Pd., M.Pd selaku dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan, ilmu, saran, evaluasi serta motivasi dalam penulisan penelitian ini.
3. Usep Suhud, M.Si., Ph.D selaku dosen mata kuliah Metodologi Penelitian dan juga membantu Peneliti dalam teknik pengolahan data pada *Youtube Channelnya*.
4. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, khususnya dosen Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah membelikan ilmu dan pengetahuan.
5. Saya mempersembahkan penelitian ini kepada kedua orang tua saya Alm. Djunaidi dan Meni Ismowati sebagai bentuk perjuangan beliau dalam mengusahakan Pendidikan saya dan juga kakak saya Febriany dan Andini Dwi Astuti.
6. Teman-teman saya Syifa Aura Mastari, Wahyu Prasetyo yang sudah menghibur dan terus menyemangati saya dalam penulisan penelitian ini.

7. Teman-teman Pendidikan Bisnis khususnya Malikh Muliq, Annisa Martha Maharany, Vernanda Armiyati Putri, Shofiyah Nurul Idzni, Adam Mualim, Teguh Hermawan, Nadia Rizkiana, dan Sheylila yang telah membantu peneliti dalam memberikan saran, motivasi dan evaluasi bagi penelitian ini.
8. Saya ucapkan terima kasih kepada Hendriyansah yang sudah mengingatkan saya untuk terus mengerjakan penelitian ini, memberikan motivasi dan juga membantu dalam memecahkan masalah yang Peneliti hadapi.

Peneliti memiliki kekurangan dalam penulisan penelitian ini dikarenakan kemampuan dan juga keterbatasan Peneliti. Oleh sebab itu, Peneliti mengharapkan adanya kritik dan saran dari berbagai pihak.

Jakarta, Juli 2021

Yang Membuat Pernyataan



Cellina Meidy

NIM. 1707617042

Daftar Isi

ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR ORISINILITAS	v
KATA PENGANTAR	vi
Daftar Isi	ix
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Tabel	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB 2	12
KAJIAN PUSTAKA.....	12
2.1 Teori Pendukung	12
1. Keputusan pembelian.....	12
2. Kualitas produk.....	15
3. Citra merek	18
2.2 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis	20

1.	Kerangka teori	20
2.	Kerangka konseptual	21
3.	Pengembangan hipotesis.....	22
2.3	Penelitian Terdahulu	22
BAB 3	32
METODE PENELITIAN	32
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian	32
1.	Waktu penelitian.....	32
2.	Tempat penelitian	32
3.2	Desain Penelitian.....	32
3.3	Populasi dan Sampel	33
1.	Populasi	33
2.	Sampel	33
3.4	Pengembangan Instrumen	35
1.	Kualitas produk (X_1).....	35
2.	Citra merek (X_2)	40
3.	Keputusan pembelian (Y).....	44
3.1	Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.2	Teknik Analisis Data.....	48
1.	Uji persyaratan analisis.....	48
2.	Persamaan regresi linear sederhana	49
3.	Uji signifikansi parsial (Uji t).....	50
4.	Analisis korelasi <i>Pearson</i>	50
5.	Perhitungan koefisiensi determinasi.....	51
BAB 4	53

HASIL DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1 Deskripsi Data	53
1. Profil responden.....	53
2. Profil data.....	56
4.2 Analisis Data	68
1. Uji persyaratan analisis.....	68
2. Persamaan regresi linear sederhana	72
3. Uji signifikansi parsial (uji t).....	74
4. Analisis korelasi pearson	75
5. Perhitungan koefisien determinasi (R^2).....	76
4.1 Pembahasan	78
1. Kualitas produk terhadap keputusan pembelian	78
2. Citra merek terhadap keputusan pembelian.....	79
BAB 5	81
PENUTUP.....	81
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Implikasi.....	81
5.3 Keterbatasan Penelitian	82
5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	83
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN-LAMPIRAN	95
Daftar Riwayat Hidup Peneliti	135

Daftar Gambar

Gambar 1. 1 <i>Ecommerce Spend by Category</i>	3
Gambar 1. 2 Lokasi toko Uniqlo di Jakarta	5
Gambar 1. 3 <i>Asia's Top Brand</i> 1000 pada tahun 2020	6
Gambar 1. 4 Perubahan data pembelian produk Uniqlo berdasarkan citra merek..	8
Gambar 2. 1 Kerangka konseptual.....	22
Gambar 4. 1 Grafik histogram kualitas produk.....	59
Gambar 4. 3 Grafik histogram citra merek	63
Gambar 4. 4 Grafik histogram keputusan pembelian	67
Gambar 4. 5 Pengujian normalitas pada X_1 terhadap Y	70
Gambar 4. 6 Pengujian normalitas pada X_2 terhadap Y	70

Daftar Tabel

Tabel 2. 1 Tabel indikator keputusan pembelian	14
Tabel 2. 2 Tabel indikator kualitas produk	16
Tabel 2. 3 Tabel indikator citra merek	19
Tabel 2. 4 Tabel penelitian terdahulu.....	22
Tabel 3. 1 Kisi-kisi instrumen kualitas produk.....	36
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	37
Tabel 3. 3 Kisi-kisi instrumen citra merek.....	40
Tabel 3. 4 Skala Likert.....	41
Tabel 3. 5 Kisi-kisi instrumen keputusan pembelian.....	45
Tabel 3. 6 Skala Likert.....	45
Tabel 3. 7 Tabel koefisien korelasi pearson.....	51
Tabel 4. 1 Sebaran wilayah domisili responden.....	53
Tabel 4. 2 Sebaran jenis kelamin responden.....	54
Tabel 4. 3 Sebaran usia responden.....	54
Tabel 4. 4 Sebaran status pekerjaan responden	55
Tabel 4. 5 Data deskriptif kualitas produk.....	57
Tabel 4. 6 Tabel distribusi frekuensi variabel kualitas produk.....	58
Tabel 4. 7 Tabel indikator variabel kualitas produk	59
Tabel 4. 8 Data deskriptif citra merek.....	61
Tabel 4. 9 Tabel distribusi frekuensi citra merek.....	62
Tabel 4. 10 Tabel indikator variabel citra merek.....	63
Tabel 4. 11 Data deskriptif keputusan pembelian.....	65

Tabel 4. 12 Tabel distribusi frekuensi keputusan pembelian.....	66
Tabel 4. 13 Tabel indikator variabel keputusan pembelian	67
Tabel 4. 14 Uji normalitas	69
Tabel 4. 15 Pengujian linearitas pada variabel X_1	71
Tabel 4. 16 Pengujian linearitas pada variabel X_2	72
Tabel 4. 17 Persamaan regresi linear sederhana X_1 terhadap Y	72
Tabel 4. 18 Persamaan regresi linear sederhana X_2 terhadap Y	73
Tabel 4. 19 Pengujian parsial variabel X_1 dan X_2 terhadap Y	74
Tabel 4. 20 Hasil analisis korelasi pearson.....	76
Tabel 4. 21 Perhitungan koefisien determinasi pada X_1 terhadap Y	77
Tabel 4. 22 Perhitungan koefisien determinasi pada X_2 terhadap Y.....	77



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 – Lembar saran dan Perbaikan Skripsi	95
Lampiran 2 – Kartu Konsultasi dengan Dosen Pembimbing.....	96
Lampiran 3 - Kuesioner Awal.....	97
Lampiran 4 – Uji Coba Kuesioner Penelitian	99
Lampiran 5 – Hasil Uji Validitas pada Uji Coba Kuesioner Penelitian	103
Lampiran 6 – Hasil Uji Reliabilitas pada Uji Coba Kuesioner Penelitian.....	106
Lampiran 7 – Final Kuesioner Penelitian	111
Lampiran 8 – Hasil Uji Validitas Pada Kuesioner Penelitian Final.....	115
Lampiran 9 – Deskripsi Data Kualitas Produk (X_1)	124
Lampiran 10 – Deskripsi Data Variabel Citra Merek (X_2)	125
Lampiran 11 – Deskripsi Data Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	126
Lampiran 12 – Hasil Output SPSS Uji Normalitas.....	127
Lampiran 13 – Hasil Uji Linearitas	128
Lampiran 14 – Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	129
Lampiran 15 – Hasil Uji t	130
Lampiran 16 – Hasil Analisis Korelasi Pearson	131
Lampiran 17 – Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi	132
Lampiran 18 – Nilai r_{tabel}	133
Lampiran 19 – Tabel Distribusi t	134