

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN LAYANAN INTERNET F4 NET BEKASI**

Skripsi diajukan untuk melengkapi
persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen

Oleh
Nurdillah Alhasanah
NPM: 41183402170075



Strata 1
Program Studi Manajemen

UNIVERSITAS ISLAM 45 BEKASI
FAKULTAS EKONOMI
2022

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

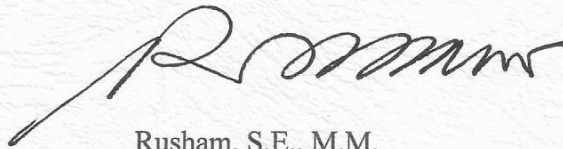
**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN LAYANAN INTERNET F4 NET BEKASI**

Tanggal: 19 Mei 2022

Oleh

Nurdillah Alhasanah
NPM: 41183402170075

Disetujui,
Pembimbing



Rusham, S.E., M.M.

Mengetahui,



Dekan Fakultas Ekonomi

Isti Pujuhastuti, S.E., M.E.

Ketua Jurusan Manajemen



Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M.

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAYANAN INTERNET F4 NET BEKASI

Tanggal: 25 Mei 2022

Oleh

Nurdillah Alhasanah
41183402170075

Diuji Oleh,

Penguji I

Dr. Japfolludin Harahab, M.Si.

Penguji II

Yunike Berry, S.M.B., M.Sc.

Mengetahui,

Pembimbing

Rusham, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi



Isti Puji Hastuti, S.E., M.E.

Ketua Jurusan Manajemen

Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M.

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nurdillah Alhasanah
NPM : 41183402170075
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
E-mail : nurdillah99@gmail.com

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa penelitian saya yang berjudul “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Internet F4 Net Bekasi” bebas dari plagiarisme. Rujukan penulisan sudah sesuai dengan teknik penulisan karya ilmiah yang berlaku umum.

Apabila di kemudian hari dapat dibuktikan adanya unsur plagiarisme tersebut, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Bekasi, 26 April 2022

Yang membuat pernyataan



(Nurdillah Alhasanah)

ABSTRAK

Nurdillah Alhasanah

Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Layanan Internet pada F4 Net Bekasi

xiii + 108 halaman + 24 tabel + 3 gambar + 1 diagram + 11 lampiran

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

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian layanan internet pada F4 Net Bekasi. Metode penelitian yang dilakukan adalah deskriptik kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah pengguna layanan internet F4 Net Bekasi, dengan sampel penelitian sebanyak 83 responden. Untuk menentukan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *non probability sampling* dan menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu statistik deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara dan penyebaran kuesioner secara langsung kepada konsumen. Untuk analisis data menggunakan uji statistik dan perhitungan menggunakan analisis regresi linear berganda yang dihitung menggunakan program *Statistic Product and Service Solution 26.0* (SPSS 26.0).

Berdasarkan jawaban kuesioner yang telah diolah SPSS diperoleh hasil regresi berganda $Y = 8,092 + 0,417 (X_1) + 0,481 (X_2)$ sedangkan hasil uji F (secara simultan) diperoleh variabel citra merek dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian layanan internet pada F4 Net Bekasi. Hasil ini dibuktikan dengan hasil uji anova (uji F) diperoleh angka F_{hitung} yaitu 62,451 dengan angka signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari standar *error* yang ditetapkan yaitu 0,05. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, dapat diartikan bahwa citra merek dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian layanan internet pada F4 Net. Hasil uji t (secara parsial) menunjukkan Citra Merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian layanan internet F4 Net Bekasi yang dibuktikan dengan hasil uji $t_{hitung} \beta_1$ sebesar 2,601 dengan signifikansi sebesar 0,011 dan Kualitas Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian layanan internet F4 Net Bekasi yang dibuktikan dengan hasil uji $t_{hitung} \beta_2$ sebesar 3,261 dengan nilai signifikansi sebesar 0,002, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa citra merek dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian berturut – turut sebesar 2,601 dan 3,261.

Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian layanan internet F4 Net Bekasi sebesar 61% sedangkan sisanya dipengaruhi faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

Daftar Pustaka: 24 (2011- 2021)

KATA PENGANTAR

Bismillahir rohmaanir rohim.

Assalamualaikum warahmatulaahi wabarakaatuh.

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat hidayah, serta inayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Internet F4 Net Bekasi”. Skripsi ini diajukan untuk melengkapi persyaratan mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi.

Penulis menyadari bahwa dalam kegiatan penelitian ini, penulis mendapatkan dukungan, pengarahan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih atas segala bantuan, bimbingan dan saran kepada:

1. Bapak Rusham, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, mengarahkan serta memberikan saran dalam proses penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi.
3. Ibu Isti Pujiastuti, S.E., M.E. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi.
4. Pemilik usaha, staff, dan teknisi F4 Net Bekasi, tanpa mengurangi rasa hormat penulis ucapkan terimakasih telah memberikan data yang diperlukan, dan bersedia meluangkan waktu untuk membantu proses penelitian ini.
5. Skripsi ini penulis persembahkan untuk kedua orang tua yang selalu ada memberikan doa, semangat dan motivasi untuk selalu rajin dalam menyelesaikan skripsi.
6. Sahabat tercinta Indri, Winingsih, dan Siska yang selalu ada dan siap memberikan bantuan dan masukan serta teman-teman Manajemen angkatan 2017 seperjuangan.

7. Untuk diri sendiri, terima kasih karena sudah berjuang dan bertahan sampai sejauh ini. Terima kasih untuk setiap hal pahit dan sulit yang telah dilalui.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi maka dengan segala kerendahan hati, penulis mengharap saran dan kritik yang dapat membangun dalam penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Wassalamualaikum warahmatulaahi wabarakaatuh.

Bekasi, 24 April 2022

Penulis,

Nurdillah Alhasanah

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	i
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN.....	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
1.4 Ruang Lingkup atau Pembatasan Masalah.....	9
1.5 Sistematika Pelaporan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Perilaku Konsumen	11
2.1.2 Citra Merek	12
2.1.3 Kualitas Produk.....	14
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	16
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu	19
2.3 Kerangka Pemikiran	21
2.4 Hipotesis Penelitian.....	22
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Desain Penelitian	24

3.1.1	Metode Penelitian.....	24
3.1.2	Lokasi dan Waktu Penelitian	24
3.1.3	Populasi dan Sampel Penelitian	25
3.1.4	Jenis dan Sumber Data	26
3.1.5	Teknik Pengumpulan Data	27
3.2	Instrumen Penelitian	29
3.2.1	Definisi Konseptual Variabel Penelitian	29
3.2.2	Definisi Oprasional Variabel Penelitian	29
3.3	Metode Analisis Data	32
3.3.1	Uji Kualitas Data	32
3.3.2	Uji Asumsi Klasik	34
3.3.3	Uji Hipotesis	35
3.3.4	Analisis Regresi Berganda	37
3.3.5	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		38
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	38
4.1.1	Sejarah F4 Net Bekasi	38
4.1.2	Visi dan Misi F4 Net Bekasi	39
4.1.3	Sturuktur Organisasi F4 Net Bekasi.....	39
4.1.4	Produk Layanan Internet F4 Net Bekasi	40
4.2	Deskripsi Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	41
4.2.1	Hasil Uji Validitas	41
4.2.2	Hasil Uji Reliabilitas	44
4.3	Deskripsi Subjek Penelitian.....	44

4.3.1	Profil Responden.....	44
4.4	Deskripsi Analisis Data	46
4.4.1	Deskripsi Jawaban Responden ata Variabel Citra Merek (X_1)	46
4.4.2	Deskripsi Jawaban Responden atas Variabel Kualitas Produk (X_2)	47
4.4.3	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)	49
4.5	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	51
4.5.1	Hasil Uji Normalitas	51
4.5.2	Hasil Uji Multikolinearitas.....	52
4.5.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	52
4.6	Hasil Uji Hipotesis	53
4.6.1	Hasil Uji F (Anova).....	53
4.6.2	Hasil Uji Signifikansi Hipotesis (Uji t).....	54
4.6.3	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	55
4.6.4	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	57
4.6.5	Rekapitulasi Hasil Uji Statistik	58
4.7	Pembahasan Hasil Penelitian.....	59
4.7.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	59
4.7.2	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	60
4.7.3	Kelemahan Penelitian.....	61
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		62
5.1	Simpulan.....	62
5.2	Saran	63
DAFTAR PUSTAKA.....		64

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Jumlah Pengguna Internet Perwilayah.....	1
Tabel 1. 2	Tabel komparatif Produk	2
Tabel 1. 3	Jumlah Transaksi Penjualan Jasa Internet.....	4
Tabel 2. 1	Hasil Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3. 1	Alternatif Jawaban Skala Likert.....	28
Tabel 3. 2	Konseptual Variabel Penelitian.....	29
Tabel 4. 1	Produk Layanan Internet F4 Net Bekasi.....	41
Tabel 4. 2	Hasil Uji Validitas Citra Merek	41
Tabel 4. 3	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	42
Tabel 4. 4	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	43
Tabel 4. 5	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	44
Tabel 4. 6	Data Karakteristik Responden Penelitian	44
Tabel 4. 7	Skor Jawaban Responden data Variabel Citra Merek.....	46
Tabel 4. 8	Skor Jawaban Responden data Variabel Kualitas Produk	47
Tabel 4. 9	Skor Jawaban Responden data Variabel Keputusan Pembelian	49
Tabel 4. 10	Hasil Uji Normalitas	51
Tabel 4. 11	Hasil Uji Multikolinearitas.....	52
Tabel 4. 12	Hasil Uji Heteroskedastisitas	52
Tabel 4. 13	Hasil Uji F (Anova).....	53
Tabel 4. 14	Signifikansi Hipotesis (Uji t)	54
Tabel 4. 15	Variables Entered/Removed	55
Tabel 4. 16	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	56
Tabel 4. 17	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	57
Tabel 4. 18	Rekapitulasi Hasil Uji Statistik.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pra riset mengenai keputusan pembelian produk	3
Gambar 2. 1 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	18
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi.....	39

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	21
--------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	66
Lampiran 2 Hasil Jawaban Responden	71
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas	83
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas	89
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	92
Lampiran 6 Hasil Uji Hipotesis	93
Lampiran 7 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	94
Lampiran 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	94
Lampiran 9 Tabel Nilai r	95
Lampiran 10 Tabel Nilai untuk Distribusi Uji F (Anova).....	98
Lampiran 11 Tabel Nilai untuk Distribusi Uji t (Signifikansi)	98