

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
CTK SOFTLENS DI JABODETABEK**

SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Jurusan Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Oleh :

PRISKILA DWI FRANSISKA
NIM : 2411907708



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2023



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
CTK SOFTLENS DI JABODETABEK**

Oleh :

Nama : Priskila Dwi Fransiska
NIM : 2411907708
Jurusan : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 15 Agustus 2023

Dosen Pembimbing,

Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen

Mei Iswandi, S.E, M.M

Altatit Dianawati, S.Si, MM

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, SH



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Skripsi Berjudul

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
CTK SOFTLENS DI JABODETABEK**

Oleh :

Nama : Priskila Dwi Fransiska
NIM : 2411907708
Jurusan : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada :

Hari : Selasa
Tanggal : 15 Agustus 2023
Waktu : 13.00 – 14.20

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Ketua : Catik Yustina Mart, SE, MM (.....)

Anggota : Mega Indah Edityawati, SE, MM (.....)

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Altatit Dianawati, S.Si, MM

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Priskila Dwi Fransiska

NIM : 2411907708

Jurusan : Manajemen

Nomer KTP : 3276056511010007

Alamat : Jl. Hj. Dimun 4 Gg perjuangan II no 68 Kec Cilodong kel Sukamaju

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul Pengaruh Promosi, kualitas Produk dan Citra Merek terhadap keputusan pembelian PT.Contech Tunas Karya di Jabodetabek ini merupakan hasil karya tulis sayasendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (*plagiat*).
2. Memberikan izin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalih mediakan atau mengalih formatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan maupun tanpa sepengetahuansaya sebagai peneliti.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk dicopotnya gelar sarjana saya apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 15 Agustus 2023

Priskila Dwi Fransiska

ABSTRAK

PRISKILA DWI FRANSISKA. NIM 2411907708. Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian produk CTK Softlens di JaBoDeTaBek.

Semakin pesat perkembangan bisnis saat ini kemampuan suatu perusahaan dituntut untuk memerlukan adanya strategi-strategi pemasaran agar mampu bertahan, bersaing dan bahkan mampu mendominasi dalam persaingan bisnis.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian produk CTK Softlens di JaBoDeTaBek. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian survei dengan metode penelitian berupa pengumpulan data menggunakan kuesioner. Model analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Pemilihan sampel dilakukan dengan cara *Accidental Sampling*. Adapun sampel yang diambil berjumlah 60 responden, dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa 65,8% faktor-faktor keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh promosi, kualitas produk dan citra merek, sedangkan sisanya sebesar 37,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan untuk hasil uji t menunjukkan bahwa variabel promosi menunjukkan hasil analisis t_{hitung} (5,101), variabel kualitas produk menunjukkan hasil analisis t_{hitung} (2,828) dan variabel citra merek menunjukkan hasil analisis t_{hitung} (2,067) dengan t_{tabel} sebesar (1,670) maka secara parsial ketiga variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian PT. Contech Tunas Karya di JaBoDeTaBek. Hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan variabel promosi, kualitas produk dan citra merek secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan hasil analisis yaitu nilai F_{hitung} (38,794) > F_{tabel} (2,769). Untuk variabel dominan yang mempengaruhi keputusan pembelian PT. Contech Tunas Karya di JaBoDeTaBek dapat dilihat dari nilai *Standardized Coefficient Beta* tertinggi, yaitu nilai dari variabel promosi sebesar (0,497).

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

ABSTRAK

PRISKILLA DWI FRANSISKA. NIM 2411907708. *The Effect of Promotion, Product Quality and Brand Image on Purchasing Decisions of Product CTK Softlens at JaBoDeTaBek.*

Faster percurrent business development the ability of a company is required to require marketing strategies to be able to survive, compete and even be able to dominate in business competition.

The purpose of this study was to determine and analyze the influence of promotion, product quality, and brand image on purchasing decisions of product CTK Softlens at JaBoDeTaBek.

The type of research used is survey research with research methods in the form of data collection using a questionnaire. The data analysis model used is multiple linear regression analysis. Sample selection is done in a way Accidental Sampling. The samples taken amounted to 60 respondents, using multiple linear regression analysis.

The results of the regression test showed that 65.8% of the purchasing decision factors could be explained by promotion, product quality, and brand image, while the remaining 37.2% was explained by other variables not examined in this study. Whereas the results of the t-test show that the promotion variable shows the results of the t-analysis count (5.101), the product quality variable shows the results of the t-analysis count (2.828) and the image variable merely shows the results of the t-analysis count (2.067) with $t_{table} = 1.670$ then partially these three variables have a positive and significant effect on purchasing decisions of PT. Contech Tunas Karya at JaBoDeTaBek. The results of the F test indicate that simultaneously the promotion, product quality, and brand image variables have a positive and significant effect on purchasing decisions with the results of the analysis namely the value of $F_{count}(38,794) > F_{table}(2,769)$. For the dominant variable that influences the purchasing decision of PT. Contech Tunas Karya at JaBoDeTaBek can be seen from the value Standardized Coefficient Beta the highest, namely the value of the promotion variable of (0.497).

Keywords: Promotion, Product Quality, Brand Image, and Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa peneliti panjatkan karena Anugerah, serta berkatNya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. serta salam juga peneliti hanturkan untuk junjungan kita semua.

Skripsi yang berjudul Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan pembelian Produk CTK Softlens di Jabodetabek ini disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Alasan pemilihan judul tersebut karena peneliti melihat para pelanggan yang semakin melihat produk CTK Softlens yang semakin banyak mengeluarkan produk baru dan sangat membutuhkan promosi yang lebih banyak lagi untuk meningkatkan kualitas produk serta citra merek tersebut karenanya perlu adanya penelitian lebih lanjut.

Dalam proses penulisan, tentunya peneliti dibantu oleh banyak pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Bapak H. Nurdin Rifa'i, SE., MAP selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, SH selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan baik.
3. Ibu Altatit Dianawati S.Si., MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus berusaha untuk memajukan Prodi ini hingga kini telah mendapatkan Akreditasi B.
4. Bapak Mei Iswandi, SE., MM, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah dengan sabar bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga penulis selesai menyusun skripsi ini.
5. Seluruh Dosen STIE GICI Business School Depok yang telah memberikan wawasan dan pengalaman yang berharga.
6. Bapak Hugo Pijar Kharisma selaku HRD PT. Contech Tunas Karya dan Nancy Naomi Febriana selaku PIC Marketing yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian serta rekan-rekan Opto dan CTK yang selalu membantu dan

menyemangati saya dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

7. Ayahanda Sutopo dan Ibunda Tri Lismiati serta keluarga tercinta yang ada di seluruh Indonesia yang telah memberikan Do'a dan berbagai dukungan kepada peneliti sehingga peneliti mampu menyelesaikan perkuliahan dan skripsi dengan baik.
8. Kakak tercinta Phinina Bertiana Poetry yang telah berkontribusi selama masa perkuliahan saya sampai selesai.
9. Rekan – rekan mahasiswa angkatan 2019 yang telah bersama-sama dengan peneliti menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun dengan penuh suka cita.
10. Sahabat – sahabat peneliti Yuliana Putri Simanjuntak, Raya Pasaribu, Nofaldi Kristian, Repelinda Elisabeth Simbolon, Putri Venesia Kastanya, Livie In Christa Isakh, Grace Angelia Lessimanuaya, dan Muhammad Ikhwan yang telah membantu dan memberikan dukungan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan penuh kesabaran.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh sebab itu peneliti selalu mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca semuanya. Harapannya, dimasa yang akan datang nanti peneliti mampu meneliti dengan lebih baik lagi. Akhir kata sekali lagi peneliti ucapkan terima kasih dan semoga kita semua selalu diberikan kesuksesan. Aamiin.

Depok, 15 Agustus 2023

Priskila Dwi Fransiska

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
Kata kunci : Promosi, Kualitas Produk, Citra Merek dan Keputusan Pembelian	v
ABSTRAK	v
<i>Keywords: Promotion, Product Quality, Brand Image, and Purchase Decision</i>	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.2 Identifikasi Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Batasan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.4 Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.5 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.6 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.7 Sistematika Penulisan.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
2.1 Landasan teori.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Manajemen pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.1.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.1.2 Fungsi Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Promosi.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.2.1 Indikator Promosi.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.2.2 Bauran Promosi.....	Error! Bookmark not defined.

2.1.2.3 Tujuan Promosi.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 Kualitas Produk.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.3.1 Indikator Kualitas Produk.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.4 Citra Merek.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.4.1 Indikator Citra Merek.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.4.2 Faktor Pembentuk Citra Merek.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.4.3 Unsur-unsur Penyusunan Brand	Error! Bookmark not defined.
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.5.1 Indikator Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.5.2 Pengambilan Keputusan Konsumen.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.5.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk	Error! Bookmark not defined.
2.2. Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.3. Kerangka Konseptual	Error! Bookmark not defined.
2.4. Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.1 jadwal pelaksanaan penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2. Jenis Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3. Populasi dan sampel.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.1 Populasi	Error! Bookmark not defined.
3.3.2 Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
3.4. Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.5. Definisi Operasional Variabel	Error! Bookmark not defined.

3.5.1 Variabel bebas.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.2 Variabel Terikat	Error! Bookmark not defined.
3.6 . Teknik Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.3 Angka Penafsiran	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
4.1. Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
4.1.2. Karakteristik Responden	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.3. Tanggapan Responden	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Atas Variabel Promosi	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Atas Variabel Kualitas Produk	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Atas Variabel Citra Merek	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Atas Variabel Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
4.1.4. Hasil Uji Kualitas Data.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk .	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.10. Hasil Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
4.1.5. Hasil Uji Asumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.1. Hasil Uji Normalitas	Error! Bookmark not defined.

Gambar 4.2. Hasil Uji Normalitas	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Pendekatan Grafik.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.11. Hasil Uji Multikolinieritas (Tolerance dan VIF).....	Error! Bookmark not defined.
4.1.6. Hasil Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.12. Hasil Uji Regresi Berganda.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.13. Hasil Uji t (Uji Parsial)	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.14. Hasil Uji F (simultan)	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.15. Koefisien Determinasi	Error! Bookmark not defined.
4.2. Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	Error! Bookmark not defined.
5.1 Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
5.2 Saran.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 1. Surat Keterangan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 2. Kuesioner.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 3. Tabulasi Data.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 4. Hasil Output SPSS	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 5. Kartu Bimbingan.....	97
Lampiran 6. Daftar Riwayat Hidup	98
Lampiran 7. Tabel F dan t.....	99

DAFTAR TABEL

Tabel 2.2 Penelitian terdahulu	Error! Bookmark not defined.
<u>Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian</u>	Error! Bookmark not defined.
<u>Tabel 3.3 Angka Penafsiran</u>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Atas Variabel Promosi.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Atas Variabel Kualitas Produk.....	52
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Atas Variabel Citra Merek.....	55
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Atas Variabel Keputusan Pembelian	58
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	63
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	64
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek	64
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	65
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	66
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas	70
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Berganda	71
Tabel 4.13 Hasil Uji t (parsial)	72
Tabel 4.14 Hasil Uji F (simultan)	73

Tabel 4.15 Koefisien Determinasi	74
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pembelian Customer	Error! Bookmark not defined.
<i>No table of figures entries found.</i> Gambar 4.1 Uji Normalitas	67
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas	68
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	69

LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan Penelitian	83
Lampiran 2. Kuesioner.....	84
Lampiran 3. Tabulasi Data	87
Lampiran 4. Hasil Output SPSS	89
Lampiran 5. Kartu Bimbingan.....	97
Lampiran 6. Daftar Riwayat Hidup	98
Lampiran 7. Tabel F dan t	100