

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK
TUPPERWARE UNIT MUTIARA CITRA KARAWANG**

INDAH CAHYA SUMIRAT

8215078044



**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelara Sarjana Ekonomi**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2012**

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND BRAND
IMAGE TOWARD PURCHASE DECISION AT TUPPERWARE
UNIT MUTIARA CITRA KARAWANG**

**INDAH CAHYA SUMIRAT
8215078044**



Skripsi is Written as Part of Bachelor Degree in Economics Accomplishment

**STUDY PROGRAM OF S1 MANAGEMENT
DEPARTMENT OF MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMY
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2012**


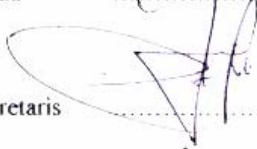


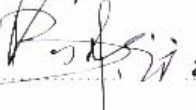
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi



Dra. Nurahma Hajat, M.Si
NIP. 195310021985032001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dra. Umi Mardiyati, M.Si</u> NIP. 195702211985032002	Ketua		27 Januari 2012
2. <u>Agung Kresnamurti, S.T., M.M</u> NIP. 197404162006041001	Sekretaris		27 Januari 2012
3. <u>Setyo Ferry Wibowo, S.E., M.Si</u> NIP. 197206171999031001	Penguji Ahli		26 Januari 2012
4. <u>Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M</u> NIP. 197206272006041001	Pembimbing I		27 Januari 2012
5. <u>Dra. Basrah Saidani, M.Si</u> NIP. 196301191992032001	Pembimbing II		27 Januari 2012

Tanggal Lulus: 25 Januari 2012

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa

1. Skripsi ini merupakan Karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, 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 di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Januari 2012
Yang membuat pernyataan



Indah Cahya Sumirat
8215078044

ABSTRAK

Indah Cahya Sumirat, 2011; Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Tupperware Unit Mutiara Citra Karawang. Skripsi, Jakarta: Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Program Studi Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui deskripsi kualitas produk, citra merek dan keputusan pembelian pada produk Tupperware Unit Mutiara Citra Karawang. 2) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk Tupperware Unit Mutiara Citra Karawang. 3) Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pada produk Tupperware Unit Mutiara Citra Karawang. 4) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada produk Tupperware Unit Mutiara Citra Karawang. Analisis yang dilakukan pada penelitian ini adalah analisis linear sederhana dan linear berganda. Penelitian dilakukan dengan teknik *simple random sampling* terhadap 133 responden pada *membership* Tupperware di Unit Mutiara Karawang, sedangkan teknik pengumpulan data dilakukan dengan melakukan penyebaran kuesioner, yang kemudian diolah menggunakan SPSS 19.0. Hasil uji t pada variabel kualitas produk sebesar 4.262, dengan nilai signifikansi sebesar 0.000. Artinya, kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji t pada variabel citra merek sebesar 7.478, dengan nilai signifikansi sebesar 0.000. Artinya, citra merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji F sebesar 31.139, dengan nilai signifikansi sebesar 0.000. Artinya, kualitas produk dan citra merek secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai R^2 yang dihasilkan sebesar 0,324 atau 32,4%. Angka ini menjelaskan bahwa kualitas produk dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 32.4%.

Kata kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Indah Cahya Sumirat, 2011; The Influence of Product Quality and Brand Image toward Purchase Decision at Tupperware Unit Mutiara Citra Karawang. Skripsi: Jakarta, Marketing Management Concentration, Management Study Program, Department of Management, Faculty of Economics, State University of Jakarta.

The purpose of the research are: 1) To know description for product quality, brand image and purchase decision at Tupperware Unit Mutiara Citra Karawang. 2) To know influence of product quality towards purchase decision at Tupperware Unit Mutiara Citra Karawang. 3) To know influence of brand image towards purchase decision at Tupperware Unit Mutiara Citra Karawang. 4) To know influence of product quality and brand image towards purchase decision at Tupperware Unit Mutiara Citra Karawang. The analysis implemented in this research are simple regression and multiple regression analysis. The method of this research is simple random sampling, that taken 133 membership at Tupperware Unit Mutiara Citra Karawang, while data collecting by using quitionaire and cultivated using SPSS 19.0. The result of t test for product quality is 4.262, and the signification is 0.000. This shows that there is an effect between product quality towards purchase decision. The result of t test for brand image is 7.478, and the signification is 0.000 This shows that there is an effect between brand image towards purchase decision. The result of F test is 31.139, and the signification is 0.000. This shows that there is an effect between product quality and brand image towards purchase decision. The result of R^2 is 0,324 or 32,4%. It means purchase decision is affected by product quality and brand image as much as 32,4%.

Keywords: Product Quality, Brand Image, Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti ucapkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Tupperware Unit Mutiara Citra Karawang. Skripsi ini disusun oleh peneliti dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta (UNJ). Skripsi ini mungkin tidak akan terselesaikan tanpa bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Pertama.
2. Dra. Basrah Saidani, M.Si selaku Dosen Pembimbing Dua.
3. Dra. Nurahma Hajat, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi UNJ.
4. Agung Wahyu Handaru, S.T., M.M selaku Ketua Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi UNJ.
5. Dra. Umi Mardiyati, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi UNJ.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi UNJ yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan banyak ilmu selama perkuliahan.
7. Orang Tua, kakak, adik-adik, keponakan, pacar tercinta dan seluruh keluarga peneliti yang telah memberikan motivasi dan doa restu, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

8. Ibu Siska yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk mengadakan penelitian di Tupperware Karawang dan membantu peneliti dalam menyebarkan kuesioner penelitian.
9. Teman-teman seperjuangan Rahayu Tri Sefany, Maya Puspita, dan Riska Fauziah yang telah sama-sama berjuang dalam menyelesaikan skripsi.
10. Teman-teman Jurusan Manajemen 2007 yang selalu memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi.
11. Kakak-kakak Jurusan Manajemen 2006 yang telah memberi masukan mengenai penulisan skripsi.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan, sehingga peneliti dengan hati yang lapang akan menerima kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Jakarta, Januari 2012

Peneliti