

**HUBUNGAN ANTARA CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK  
DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN *LAPTOP* ASUS PADA MAHASISWA  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA DI JAKARTA**

**FITRI WAHYU UNDHYANTIK**

**8135150595**



*Building  
Future  
Leaders*

**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**

**2019**

***THE CORRELATION BETWEEN BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY  
WITH PURCHASE DECISION LAPTOP ASUS IN THE FACULTY OF  
ECONOMICS STUDENT IN STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***

**FITRI WAHYU UNDHIYANTI**

**8135150595**



*Building  
Future  
Leaders*

***Thesis is Organized As One of The Requirements for Obtaining Bachelor of  
Education at Faculty of Economics State University of Jakarta***

***STUDY PROGRAM OF BUSINESS EDUCATION***

***FACULTY OF ECONOMICS***

***STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***

***2019***

## ABSTRAK

**FITRI WAHYU UNDHYANTIK**, Hubungan antara Citra Merek dan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian *Laptop* Asus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara citra merek dan kualitas produk dengan keputusan pembelian *laptop* Asus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, selama 6 bulan terhitung sejak Januari sampai dengan Juni 2019. Metode penelitian yang peneliti gunakan adalah metode *survey* dengan pendekatan korelasional, populasi yang digunakan adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan teknik *Purposive sampling* sebanyak 106 orang. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah  $\hat{Y} = 28,179 + 0,347 X_1 + 0,393 X_2$ . Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas dengan uji *Kolmogorov-Smimov* dengan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) = 5% atau 0,05 dan menghasilkan tingkat signifikan Y bernilai sebesar 0,200,  $X_1$  bernilai sebesar 0,200,  $X_2$  bernilai sebesar 0,200. Karena tingkat signifikansi ketiga variabel tersebut  $> 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya. Uji linieritas regresi Y atas  $X_1$  dan Y atas  $X_2$  menghasilkan nilai signifikansi pada *Linearity*, yaitu  $0,000 < 0,05$ , sehingga disimpulkan bahwa memiliki hubungan yang linier. Dari uji keberartian regresi Y atas  $X_1$  dan  $X_2$  menghasilkan  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , yaitu  $32,198 > 3,087$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi tersebut signifikan. Selanjutnya, dilakukan uji t dan dihasilkan Y atas  $X_1$   $t_{hitung} = 4,040$  dan  $t_{tabel} = 1,65978$  Y atas  $X_2$   $t_{hitung} = 4,328$  dan  $t_{tabel} = 1,65978$ . Nilai koefisien korelasi antara variabel citra merek ( $X_1$ ) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,522 dan nilai koefisien korelasi antara variabel kualitas produk ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,536. Jadi, terdapat hubungan positif dan signifikan antara citra merek dengan keputusan pembelian, serta hubungan positif dan signifikan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian. Dengan demikian, dapat disimpulkan terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara citra merek dan kualitas produk dengan keputusan pembelian. Koefisien determinasi Y atas  $X_1$  dan  $X_2$  yang diperoleh sebesar 0,385 yang menunjukkan bahwa 38,5% variabel keputusan pembelian ditentukan oleh citra merek dan kualitas produk. Sementara itu, sisanya 61,5% dipengaruhi oleh faktor lain.

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

## ABSTRACT

**FITRI WAHYU UNDHIYANTIK**, *The Correlation between Brand Image and Product Quality with Purchase Decision Laptop Asus in The Faculty of Economics Student in State University of Jakarta. Faculty of Economics, State University of Jakarta.*

*The purpose of this study is to determine the correlation between brand image and product quality with purchase decision laptop Asus in The Faculty of Economics Student in State University of Jakarta. This research was conducted in The Faculty of Economics Student in State University of Jakarta, for 6 months, starting from January to June 2019. The research method used is survey method with the correlation approach, population used are all student in The Faculty of Economics Student in State University of Jakarta. The sampling technique used technique of purposive sampling as many as 106 people. The resulting regression equation is  $\hat{Y} = 28,179 + 0,347 X_1 + 0,393 X_2$ . Test requirements analysis that estimates the error normality test regression of Y on  $X_1$  with Kolmogorov-Smirnov test with significance level ( $\alpha$ ) = 5% or 0,05 estimates significance of Y equal to 0,200,  $X_1$  equal to 0,200,  $X_2$  equal to 0,200. Because the significance level is  $> 0.05$  it can be concluded that the data is normally distributed and can be used. Testing linearity of regression Y on  $X_1$  and Y on  $X_2$  yields a significance value on Linearity, that is  $0,000 < 0.05$ , so it is concluded that it has a linear relationship. Hypothesis testing from the significance regression Y on  $X_1$  and  $X_2$  produces  $F_{count} > F_{table}$  which,  $32,198 > 3,087$ , meaning that the regression equation is significant. Then performed the test significance correlation coefficient using t test and the resulting  $t_{count} > t_{table}$ ,  $t_{count} = 4,040$  and  $t_{table} = 1,65978$  and performed the test significance correlation coefficient using t test and the resulting  $t_{count} > t_{table}$ ,  $t_{count} = 4,328$  and  $t_{table} = 1,65978$ . The value of correlation coefficient between variable of brand image ( $X_1$ ) to purchase decision (Y) equal to 0,522 and value of correlation coefficient between variable of product quality ( $X_2$ ) to purchase decision (Y) equal to 0,536 . Thus, there is a positive and significant relationship between brand image and purchase decision and there is a positive and significant relationship between product quality and purchase decision. The coefficient of determination Y on  $X_1$  and  $X_2$  obtained by 0,385 indicating that 38,5% variable purchase decision is determined by the brand image and product quality. Meanwhile, the remaining 61,5% is influenced by other factors.*

**Key word:** *Purchase Decision, Brand Image, Product Quality*

**LEMBAR PENGESAHAN**

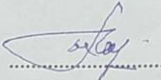
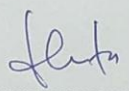
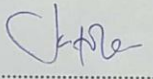
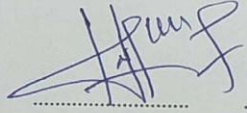
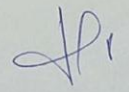
Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus

NIP. 196712071992031001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dra. Dientje Griandini, M.Pd</u> NIP. 195507221982102001	Ketua Penguji		<u>16-8-19</u>
2. <u>Dita Puruwita, S.Pd, M.Si</u> NIP. 198209082010122004	Penguji Ahli		<u>16-8-19</u>
3. <u>Terrylina Arvinta Monoarfa, SE, MM</u> NIDK.8854660018	Sekretaris		<u>16-8-19</u>
4. <u>Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Si</u> NIP. 196610302000121001	Pembimbing I		<u>16-8-19</u>
5. <u>Ryna Parlyna, MBA</u> NIP. 197701112008122003	Pembimbing II		<u>9-8-19</u>

Tanggal Lulus: 26 Juli 2019

## PERNYATAAN ORISINILITAS

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 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, 29 Juli 2019

Yang membuat pernyataan



Fitri Wahyu Undhiyantik

NIM. 8135150595

## LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

*A life without a risk is a life unlived*

*“Allah yang menjadikan bumi itu mudah untuk kalian, maka berjalanlah di seluruh penjurunya dan makanlah sebagian rizki nya dan kepada Nya lah tempat kembali”*

*(Q.S Al Mulk : 15)*

*“Janganlah kamu berduka cita, Sesungguhnya Allah selalu bersama kita”*

*(Q.S At- Taubah : 40)*

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji bagi Allah SWT, berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Skripsi ini saya persembahkan untuk Ibu, Bapak, ketiga adik dan kekasih tercinta saya yang selalu menyayangi saya dengan tulus, mendukung saya hingga detik ini, selalu memberikan doa, semangat dan kepercayaannya kepada saya untuk dapat meraih cita-cita. Saya persembahkan juga skripsi saya ini untuk Bapak Nurdin dan Mam Ryna yang telah banyak berjasa dalam membimbing dan mengarahkan saya sehingga skripsi ini terselesaikan.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Hubungan antara Citra Merek dan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian *Laptop* Asus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta di Jakarta”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari masih terdapat kekurangan dan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak.

Dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Ryna Parlyna, MBA selaku Ketua Program Studi Pendidikan Bisnis sekaligus sebagai dosen pembimbing II yang telah banyak berjasa dalam memberikan ilmu, arahan, tenaga, pikiran, perhatian dan motivasi yang membangun, motivasi dalam penelitian ini.
3. Drs. Nurdin Hidayat MM, M.Si selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan ilmu, arahan, saran, dukungan dukungan dan motivasi dalam membimbing penulisan skripsi ini.
4. Dra. Rochyati, M.Pd selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing dna mengarahkan saya selama perkuliahan.



5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, khususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
6. Seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi yang telah meluangkan waktunya dalam membantu penelitian ini.
7. Kedua orang tua tercinta yaitu, Ibu Untari dan Bapak Edi Prayitno, serta ketiga adik saya Nofia Wahyu Undhiyantik, Bisma Wahyu Undhianto, dan Prama Wahyu Undhianto yang selalu setia mendukung, menemani dan menyayangi saya dengan tulus.
8. Teman-teman seperjuangan dan juga teman-teman sebimbingan yang saling membantu sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.

Peneliti menyadari bahwa, dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini dikarenakan keterbatasan dan kemampuan peneliti. Oleh karena itu, saran dan kritik dari berbagai pihak sangat peneliti harapkan.

Jakarta, 29 Juli 2019

Fitri Wahyu Undhiyantik