

**ANALISIS PENGARUH IKLAN, CITRA MEREK DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK LE MINERALE
DI KOTA MEDAN**

SKRIPSI

Oleh :

**KELVIN COLLINS
NIM. 197110328**



**ANALYSIS OF INFLUENCE OF ADVERSITING,
BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY
ON THE PURCHASING DECISION OF
LE MINERALE BRAND IN
MEDAN CITY**

FINAL RESEARCH

By :

KELVIN COLLINS
Student Number. 197110328



**UNIVERSITAS
MIKROSKIL**

**STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT
FACULTY OF BUSINESS
MIKROSKIL UNIVERSITY
MEDAN
2023**

LEMBAR PENGESAHAN
ANALISIS PENGARUH IKLAN, CITRA MEREK, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK LE MINERALE
DI KOTA MEDAN

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu
Program Studi Manajemen
Oleh:

KELVIN COLLINS
NIM.197110328

Disetujui oleh:

Dosen Pembimbing I,



(Ir. Mbayak Ginting, S.Kom.,M.M.)

Medan, 8 Agustus 2023
Diketahui dan Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi Manajemen,



Suci Pertiwi, S.E., M.Si

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan dengan identitas mahasiswa sebagai berikut:

NIM : 197110328

Nama : Kelvin Collins

Saya telah melaksanakan Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut:

Judul tugas akhir : Pengaruh Iklan, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian produk Le Minerale di Kota Medan.

Sehubungan dengan Tugas Akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan belum dipublikasikan oleh siapapun sebelumnya.** Bila dikemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuat) atau sudah pernah dipublikasikan oleh pihak lain, maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh Universitas Mikroskil Medan yakni **Pencabutan Ijazah yang telah saya terima dan Ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.**

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-Exclusive Royalty Free Right) atas Tugas Akhir saya. Dengan hak ini, Universitas Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau Sebagian isi Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel atau buku.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, 13 Juli 2023

Saya yang membuat pernyataan,



Kelvin Collins

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Iklan, Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian produk Le Minerale di Kota Medan, baik secara simultan maupun parsial. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen produk Le Minerale di Kota Medan yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Penelitian ini menggunakan metode teknik pengambilan sampel *non-probability* dengan teknik *accidental sampling* dan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Pengujian secara parsial (Uji t) menunjukkan bahwa variabel Iklan dan Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, sedangkan variabel Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Selanjutnya, hasil uji secara simultan (Uji F) menunjukkan bahwa variabel Iklan, Citra Merek, dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Nilai koefisien determinasi (Adjust R Square) sebesar 77,4% yang berarti bahwa variabel Iklan, Citra Merek dan Kualitas Produk mampu menjelaskan Keputusan Pembelian sebesar 77,4% dan sisanya 22,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Iklan, Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

ABSTRACT

This purpose of this study was to analyze the influence of Advertising, Brand Image and Product Quality On The Purchasing Decision Of Le Minerale Brand In Medan City, both simultaneously and partially. The type of research used in this research is quantitative research. The population in this study are consumers of Le Minerale products in Medan City whose number is not known with certainty. This study used a non-probability sampling technique with a accidental sampling technique and a total sample of 100 respondents. The data analysis method used is multiple linear regression analysis. Partial testing (t test) shows that the Advertising and Brand Image variables have a positive and significant effect on Purchasing Decisions while the Product Quality variable has no effect on Purchasing Decision Furthermore, the results of the simultaneous test (Test F) show that the variable Advertising, Brand Image, and Product Quality have a positive and significant effect on Purchasing Decision. The result of the coefficient of determination (Adjust R Square) is 77.4%, this shows that the variable Advertising, Brand Image and Product Quality can explain 77.4% of Purchasing Decisions and the remaining 22.6% is influenced by factors not examined in this study.

Keywords: *Advertising, Brand Image, Product Quality, Purchasing Decision*

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Analisis Pengaruh Iklan, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian produk Le Minerale di Kota Medan”. Penulisan ini dilakukan untuk melengkapi persyaratan guna untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan.

Dalam penulisan skripsi ini, banyak kendala yang dihadapi penulis. Namun berkat motivasi, bimbingan dan bantuan dari segala pihak, maka akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Sehingga pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Ir. Mbayak Ginting, S.Kom., M.M., selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah bersedia meluangkan segala waktu, tenaga, bimbingan serta pengarahan yang berharga selama penyusunan skripsi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Pioner Pelawi, S.E.,M.Si selaku Dosen pendamping pembimbing yang telah memberikan waktu, saran, bimbingan serta pengarahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Bapak Hardy, S.Kom.,M.Sc., Ph.D selaku Rektor Universitas Mikroskil Medan
4. Ibu Agustina S.Kom.,M.Si. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan
5. Ibu Suci Pertiwi, S,E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan
6. Ibu Sherly Joe, S.Kom., M.M. selaku Dosen Wali yang selalu memberikan motivasi dan dukungan.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang berharga kepada penulis.
8. Orang tua dan seluruh keluarga penulis yang selalu memberikan doa dan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

9. Sahabat penulis, Harry, Fendy, Osvaldo, Vincent dan Vania serta teman seangkatan yang selalu memberi penulis masukan dan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
 10. Teman-teman jurusan manajemen bisnis angkatan 2019 yang telah memberikan bantuan dan dorongan kepada penulis.
 11. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang penulis bagikan, serta pihak-pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dan mendukung dalam penyelesaian skripsi ini.
- Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca sangat diharapkan untuk penyempurnaan skripsi dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Medan, 13 Juli 2023

Penulis,

UNIVERSITAS
(Kelvin Collins)
MIKROSKIL

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Ruang Lingkup	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat penelitian.....	9
1.6 Originalitas Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Manajemen Pemasaran	10
2.1.2 Keputusan Pembelian	11
2.1.3 Iklan	13
2.1.4 Citra Merek.....	15
2.1.5 Kualitas Produk	17
2.2 Review Peneliti Terdahulu	20
2.3 Kerangka Konseptual	25
2.4 Pengembangan Hipotesis	26
2.4.1 Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian.....	26
2.4.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2.4.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	27
2.4.4 Pengaruh Iklan, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Jenis Penelitian	30
3.2 Objek Penelitian	30
3.3 Metode Pengumpulan Data	30

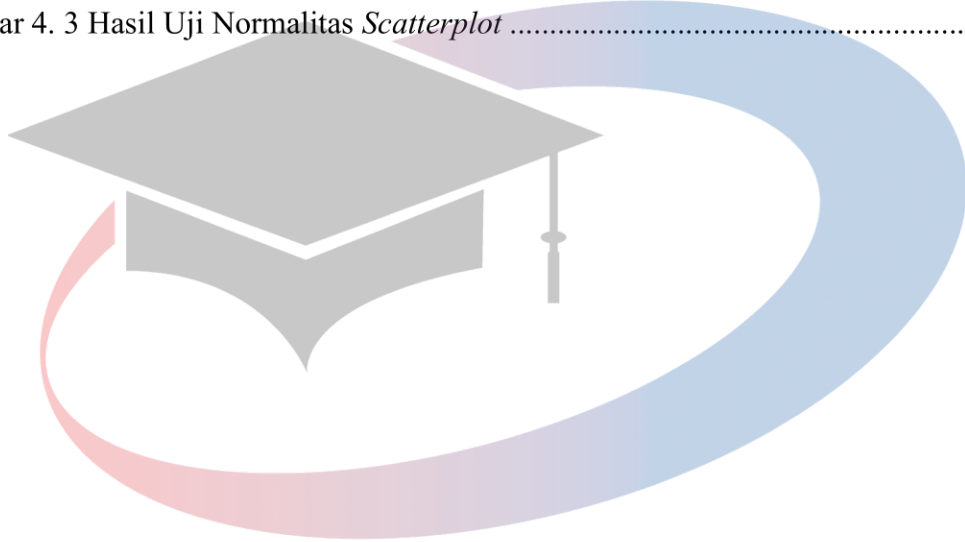
3.3.1 Penelitian Lapangan (Data Primer)	30
3.3.2 Studi Pustaka (Data Sekunder)	32
3.4 Populasi dan Sampel	32
3.4.1 Populasi	32
3.4.2 Sampel	32
3.5 Definisi Operasional Variabel	33
3.6 Metode Analisis Data	35
3.6.1 Statistik Deskriptif	35
3.6.2 Pengujian Kualitas Data	35
3.6.3 Pengujian Asumsi Klasik	36
3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda	38
3.6.5 Uji Hipotesis	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Hasil Penelitian	41
4.1.1 Sejarah Perusahaan	41
4.1.2 Pengiriman Dan Pengembalian Kuesioner	41
4.1.3 Gambaran Umum Responden.....	42
4.1.4 Hasil Statistik Deskriptif	45
4.1.5 Hasil Uji Kualitas Data.....	49
4.1.6 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	53
4.1.7 Hasil Uji Hipotesis	58
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	61
4.2.1 Pengaruh Iklan terhadap Keputusan Pembelian produk Le Minerale di Kota Medan.	61
4.2.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian produk Le Minerale di Kota Medan.....	62
4.2.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian produk Le Minerale di Kota Medan.....	63
4.2.4 Pengaruh Iklan, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian produk Le Minerale di Kota Medan.	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	65
5.1 Kesimpulan.....	65
5.2 Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN.....	69

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Peneliti Terdahulu	22
Tabel 3. 1 Skala Likert	31
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	34
Tabel 4. 1 Tabel Pengiriman Dan Pengembalian Kuesioner	42
Tabel 4. 2 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 4. 3 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4. 4 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Kecamatan Kota Medan	43
Tabel 4. 5 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	44
Tabel 4. 6 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/bulan.....	44
Tabel 4. 7 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Iklan.....	45
Tabel 4. 8 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Citra Merek	46
Tabel 4. 9 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Citra Merek	47
Tabel 4. 10 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Keputusan Pembelian.....	48
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Iklan.....	49
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Citra Merek.....	50
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	51
Tabel 4. 14 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	52
Tabel 4. 15 Tabel Uji Reliabilitas.....	53
Tabel 4. 16 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test	55
Tabel 4. 17 Tabel Hasil Uji Glejser Sebelum Transformasi.....	56
Tabel 4. 18 Tabel Hasil Uji Glejser Setelah Transformasi.....	57
Tabel 4. 19 Hasil Uji Multikolinearitas	57
Tabel 4. 20 Analisis Linier Berganda.....	58
Tabel 4. 21 Hasil Pengujian Hipotesis Uji Simultan (Uji F).....	59
Tabel 4. 22 Hasil Pengujian Uji Parsial (Uji t).....	60
Tabel 4. 23 Tabel Koefisien Determinan.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Hasil Prasurvey Iklan Produk Le Minerale	4
Gambar 1. 2 Hasil Prasurvey Citra Merek Produk Le Minerale	5
Gambar 1. 3 Hasil Prasurvey Kualitas Produk Le Minerale	7
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	26
Gambar 4. 1 Grafik Histogram	53
Gambar 4. 2 Grafik Normal Probability Plot	54
Gambar 4. 3 Hasil Uji Normalitas <i>Scatterplot</i>	56



UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	69
Lampiran 2 Distribusi Jawaban Responden	75
Lampiran 3 Uji Statistik Deskriptif	87
Lampiran 4 Hasil Pengolahan Data SPSS	89
Lampiran 5 Tabel Distribusi T dan R.....	99
Lampiran 6 Distribusi Tabel F	101



UNIVERSITAS MIKROSKIL