

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN LOYALITAS  
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIE  
INSTAN MEREK MIE SEDAAP  
(Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto)



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat  
Mencapai Derajat Sarjana S-1

Oleh:

NUR FITRIYANI  
0902010028

PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO  
2013

## MOTTO

**Kesesuaian antara Hati dan Fikiran Belum Tentu Menjadi Pedoman Hidup  
Maka Teruslah Berusaha dan Berdoa, Tawakal Serta Ikhtiar Pada-Nya  
Karena Allah Beserta Orang-Orang Yang Bersabar.  
(Nur Fitriyani)**

**PERSEMBAHAN**



**SKRIPSI INI AKU PERSEMBAHKAN UNTUK BAPAK & UMIKU  
SAYANG**

**MAS ADIN & MBA MUN, SERTA SELURUH KELUARGAKU**

**AKU SAYANG KALIAN**

## ABSTRACT

*This study is aimed at investigating the effect of brand image, product quality, and consumer loyalty to the purchasing decision of Mie Sedaap brand noodle instant. Independent variables in this study are brand image, product quality, and consumer loyalty, while the dependent variable in this study is purchasing decision.*

*The research was conducted at Muhammadiyah University of Purwokerto. Data collection method in this research is survey method by using questionnaires. The sample that comprises 100 respondents is selected by using sampling accidental technique. The analysis used in this research are test reliability, validity test, classical assumption test, multiple regression analysis, and hypothesis test of t test, F test, the coefficient of determination test ( $R^2$ ).*

*Some conclusions can be drawn from the research. Partial test results show that brand image and customer loyalty have positive and significant effect. On the other hand, product quality does not have positive and significant effect. The results of simultaneously test show that brand image, product quality, and consumer loyalty variables simultaneously influence the purchasing decision. Test result using the coefficient of determination ( $R^2$ ) shows that 17.9% of the purchasing decision can be explained from the three independent variables, namely brand image, product quality, and consumer loyalty. While the remaining of 82.1% is explained by other causes outside the model (beyond this study).*

*Keywords: Brand Image, Product Quality, Customer Loyalty, Purchase Decision*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk, dan loyalitas konsumen terhadap keputusan pembelian produk mie instan merek mie sedaap. Dimana variabel independen dalam penelitian ini adalah citra merek, kualitas produk, dan loyalitas konsumen, sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

Penelitian ini dilakukan di Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode survey yaitu dengan menggunakan kuesioner. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik sampling *accidental sampling*. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji reliabilitas, uji validitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, dan uji hipotesis yang terdiri dari uji t, uji F, uji koefisien determinasi ( $R^2$ ).

Penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan. Hasil pengujian secara parsial disimpulkan bahwa variabel citra merek, dan loyalitas konsumen berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan variabel kualitas produk tidak berpengaruh signifikan. Hasil pengujian secara simultan disimpulkan bahwa variabel citra merek, kualitas produk, dan loyalitas konsumen secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil pengujian menggunakan koefisien determinasi ( $R^2$ ) disimpulkan bahwa 17,9% variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan dari ke tiga variabel independen yaitu citra merek, kualitas produk, dan Loyalitas Konsumen. Sedangkan sisanya sebesar 82,1% dijelaskan oleh sebab lain diluar model (diluar penelitian ini).

Kata kunci :Citra Merek, Kualitas Produk, Loyalitas Konsumen, Keputusan Pembelian

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil 'alamiin segala puji dan skyukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat, rahmat, dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN LOYALITAS KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIE INSTAN MEREK MIE SEDAAP (Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto). Oleh karena itu maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada M.Agung Miftahuddin, SE. M.Si dan Arini Hidayah, SE. M.Si, yang telah berkenan membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

Ucapan terimakasih juga penulis sampaikan kepada yang terhormat Dra. Tri Septin Muji Rahayu, M.Si, selaku penguji yang telah memberikan sumbangan pemikiran dan saran untuk kesempurnaan skripsi ini. Selain kepada para beliau tersebut, penulis juga ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada yang terhormat:

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Dr. H. Syamsuhadi Irsyad, S.H., M.H.
2. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Iwan Fakhruddin, SE., M.Si.
3. Seluruh staf dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah membuat surat perijinan terimakasih atas segala bantuannya.
4. Seluruh Responden Mie Sedaap (Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto) terimakasih atas kesediaannya untuk mengisi kuesioner ini.
5. Bapak dan Umiku sayang terimakasih tak terhingga untuk doa, motivasi, kesabaran, senyum dan air mata, cinta dan kasih sayang yang telah kalian berikan pada putrimu ini. I love them ^^

6. Mas adin dan mba mun yang tak lupa selalu memberikanku motivasi dan semangat.
7. Teman-teman Fakultas Ekonomi khususnya Manajemen angkatan 2009. Semoga dilain waktu Allah mempertemukan kita kembali.
8. Sahabatku Alin, spesial buat ulfah, ayu, sekar. Keluarga Azzahro silma, gatit, dina, jamilah, robi, ifu, mb wening, mb yanti, adik-adik PKL.
9. Untuk adik-adik tingkat,,ayyyo semangat jangan malas dan jangan menyerah.
10. Bu tiah yang selalu ada disaat aku dan anak kosan kelaparan, bakalan kangen sama menu sarapannya ☺, mas sodiq & imam (d'jogja comp) makasih karena telah banyak membantu dalam hal edit-mengedit, dan takan pernah lupa jika dompet mulai menipis d'jogja comp memberikan untuk membayar kredit☺.
11. Anak-anakku di SD UMP, terimakasih sayang,,,,kalianlah penyemangat untuk ibu.

Penulis menyadari bahwa dalam melakukan penelitian ini masih jauh dari sempurna karena mengingat keterbatasan pengetahuan ilmu dan kemampuan yang penulis miliki, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari para pembaca.

Semoga penelitian ini bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan khususnya bagi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto di bidang ilmu Manajemen Pemasaran.

Purwokerto, Februari 2013

Penulis,

(Nur Fitriyani)

NIM. 0902010028

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>MOTTO</b> .....	v
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>ABSTRAK</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xvi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah .....	7
C. Batasan Masalah .....	7
D. Tujuan Penelitian .....	7
E. Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	10
A. Citra Merek .....	10
B. Kualitas Produk .....	13

C. Loyalitas Konsumen.....	16
D. Golongan Loyalitas Konsumen .....	18
E. Keputusan Pembelian .....	19
F. Tahapan dalam Pengambilan Keputusan.....	21
G. Penelitian Terdahulu.....	26
H. Kerangka Pemikiran .....	27
I. Hipotesis Penelitian.....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
A. Jenis Penelitian.....	31
B. Objek Penelitian .....	31
C. Data yang Diperlukan.....	31
1. Jenis Data .....	31
2. Data yang Diperlukan .....	32
3. Metode Pengumpulan Data.....	32
D. Populasi dan Sampel.....	32
E. Teknik Sampling .....	33
F. Definisi Operasional dan Definisi Variabel .....	33
1. Variabel Independent .....	34
a. Citra Merek .....	34
b. Kualitas Produk .....	34
c. Loyalitas Konsumen .....	35
2. Variabel Dependent.....	35
Keputusan Pembelian .....	35

G. Metode Analisis Data .....	37
1. Analisis Kuantitatif .....	37
2. Instrumen Penelitian .....	39
a. Uji Reliabilitas .....	39
b. Uji Validitas.....	39
3. Uji Asumsi Klasik.....	40
a. Uji Multikolinearitas.....	40
b. Uji Autokorelasi .....	40
c. Uji Heteroskedastisitas .....	41
d. Uji Normalitas .....	41
4. Analisis Regresi Berganda.....	41
5. Uji Hipotesis .....	43
a. Uji Parsial (Uji t).....	43
b. Uji Simultas (Uji F).....	43
c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	44
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>46</b>
A. Gambaran Umum Perusahaan dan Produk.....	46
B. Response Rate .....	47
C. Gambaran Umum Responden.....	48
1. Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
2. Berdasarkan Usia .....	49
3. Berdasarkan Fakultas .....	49
D. Uji Instrumen Penelitian.....	50

1. Uji Reliabilitas .....	50.
2. Uji Validitas .....	51
3. Uji Asumsi Klasik.....	53
a). Uji Multikolinearitas .....	53
b). Uji Autokorelasi .....	54
c). Uji Heteroskedastisitas .....	54
d). Uji Normalitas.....	55
4. Analisis Regresi Linier Berganda .....	56
5. Uji Parsial (Uji t).....	58
6. Uji Simultan (Uji F).....	59
7. Koefisien Determinasi .....	60
E. Pembahasan .....	61
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	64
<b>A. Kesimpulan</b> .....	64
<b>B. Saran</b> .....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	66
<b>LAMPIRAN</b> .....	70

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Proses Pengambilan Keputusan .....	21
Gambar 1.2 Kerangka Pemikiran.....	29



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert.....	36
Tabel 3.2 Rangkuman Definisi Operasional.....	36
Tabel 4.1 Perincian Response Rate Terhadap Kuesioner .....	47



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN.....	71
LAMPIRAN 2 DATA MENTAH.....	75
LAMPIRAN 3 TABEL FREKUENSI.....	77
LAMPIRAN 4 UJI RELIABILITAS.....	80
LAMPIRAN 5 UJI VALIDITAS.....	83
LAMPIRAN 6 UJI ASUMSI KLASIK.....	86
LAMPIRAN 7 REGRESI BERGANDA dan UJI t.....	89
LAMPIRAN 8 UJI F.....	91
LAMPIRAN 9 KOEFISIEN DETERMINASI.....	93
LAMPIRAN 10 r TABEL.....	95