

HALAMAN MOTTO

“selama aku bisa melakukan sendiri, aku lakukan sendiri tanpa melibatkan orang lain”

(Conny Intan Sekar P)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Alloh SWT yang telah memberikan Rahmat serta Karunia-Nya sehingga penulis berhasil menyelesaikan karya tulis ilmiah (skripsi) ini dapat terselesaikan dengan baik.

Karya tulis ini, penulis persembahkan kepada :

1. Seluruh dosen Universitas Putra Bangsa Kebumen.
2. Untuk Orangtuaku tercinta dan kakak kakak tercinta
3. Teman-temanku di Universitas Putra Bangsa Kebumen.
4. Tidak lupa untuk teman terbaikku Ismayanti Dewi

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of product quality, promotion and brand image on purchasing decisions for tessa tissue products, either partially or simultaneously. This research is a quantitative research, with 100 respondents. The data was collected using a questionnaire that had been tested for validity and reliability, while the data was analyzed using multiple linear regression analysis, t test and F test, which had previously been tested for validity and reliability, and classical assumption tests including normality, multicollinearity, and heteroscedasticity tests. After analyzing the data, the following results and conclusions were obtained: Product quality has a significant effect on purchasing decisions for tessa facial tissue products in Kebumen. Promotion has a significant effect on purchasing decisions for tessa facial tissue products in Kebumen. Brand image has a significant effect on purchasing decisions for tessa facial tissue products in Kebumen. Product quality, promotion and brand image simultaneously have a significant effect on purchasing decisions for tessa facial tissue products in Kebumen.

Keywords: product quality, promotion, brand image and purchasing decision.

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk tissue tessa, baik secara parsial maupun secara simultan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dengan responden sebanyak 100 orang responden. Pengumpulan datanya menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya, sedangkan analisis datanya menggunakan analisis regresi linear berganda, uji t dan uji F, yang sebelumnya telah dilakukan uji validitas dan reliabilitas, dan uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Setelah dilakukan analisis data, diperoleh hasil dan kesimpulan sebagai berikut: Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *facial tissue* tessa di Kebumen. Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *facial tissue* tessa di Kebumen. Citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *facial tissue* tessa di Kebumen. Kualitas produk, promosi dan citra merek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *facial tissue* tessa di Kebumen.

Kata kunci: kualitas produk, promosi, citra merek dan keputusan pembelian.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat-Nya sehingga penulis berhasil menyelesaikan karya tulis ilmiah (skripsi) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tissue Tessa (Studi Pada Konsumen Tissue Tessa di Kebumen)”. Skripsi merupakan salah satu persyaratan guna memperoleh gelar sarjana strata 1 pada jurusan manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen. Selama proses penyusunan skripsi ini penulis mendapatkan tantangan dalam dunia penelitian ilmiah. Penulis sangat menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan. Meskipun demikian penulis berusaha semaksimal mungkin sesuai dengan kemampuan yang penulis miliki dan bimbingan serta arahan dari dosen pembimbing, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah (skripsi) ini dengan baik.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dorongan baik moril maupun materil sehingga karya tulis ilmiah ini dapat diselesaikan tepat waktunya, antara lain kepada:

1. Dr. Harini Abrilia Setyawati, M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan serta arahan bagi penulis.
2. Untuk orangtua dan kakak-kakak saya tercinta terimakasih atas doa dan dukungannya.
3. Untuk teman terbaikku Ismayanti Dewi terimakasih atas dukungannya

4. Seluruh dosen Universitas Putra Bangsa Kebumen yang memberikan ilmu kepada penulis
5. Teman-temanku di Universitas Putra Bangsa Kebumen yang selalu memberikan semangat.
6. Seluruh responden yang telah banyak membantu terutama dalam pengumpulan data.
7. Pihak-pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu terselesaikannya skripsi ini.

Penulis berharap semoga karya tulis ilmiah ini dapat bermanfaat dan berguna khususnya bagi penulis dan kepada para pembaca pada umumnya.

Kebumen, 29 Juli 2023

A handwritten signature in black ink that reads "Anton". The signature is written in a cursive style with a long horizontal line extending to the right from the end of the name.

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5. Manfaat Penelitian	10
1.5.1. Manfaat teoritis	10
1.5.2. Manfaat praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Kajian Teori	12
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	12
2.1.2 Kualitas Produk	16
2.1.3 Promosi	17
2.1.4 Citra Merek	19
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Hubungan Antar Variabel	24

2.3 Model Empiris.....	25
2.4 Hipotesis Penelitian.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Objek dan Subjek Penelitian	27
3.1.1. Objek Penelitian.....	27
3.1.2. Subjek Penelitian	27
3.2 Variabel Penelitian	27
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	28
3.4 Instrumen dan Alat Pengumpulan Data	32
3.5 Data Dan Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.5.1 Data	33
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.5. Populasi Dan Sampel	35
3.5.1. Populasi.....	35
3.5.2. Sampel.....	36
3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel	36
3.6 Teknik Analisis Data.....	37
3.6.1 Analisis Deskriptif	38
3.6.2 Analisis Statistika.....	38
3.7. Alat Analisis Data	38
3.7.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	38
3.7.2. Uji Asumsi Klasik.....	40
3.7.3. Analisis Regresi Berganda	43
3.7.4. Uji Hipotesis	44
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1. Gambaran Umum <i>Facial Tissue</i> Tessa	48
4.2. Analisis Deskriptif	48
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Penghasilan	50
4.3. Analisis Statistik	51
4.3.1. Uji Validitas	51

4.3.2. Uji Reliabilitas.....	55
4.3.3. Uji Asumsi Klasik	55
4.3.4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	59
4.3.5. Uji Hipotesis	61
4.4. Pembahasan	65
BAB V SIMPULAN	68
5.1. Simpulan	68
5.2. Keterbatasan Penelitian	69
5.3. Implikasi.....	69
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	74

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
I-1 Total Penjualan Tissue Tessa Periode 2020-2022.....	2
I-2 Hasil Observasi	3
I-3 <i>Tob Brand Award</i>	5
II-1 Penelitian Terdahulu	23
III-1 Indikator Dan Distribusi Variabel Keputusan Pembelian Pada Kuesioner.....	29
III-2 Indikator Dan Distribusi Variabel Kualitas Produk Pada Kuesioner.....	30
III-3 Indikator Dan Distribusi Variabel Promosi Pada Kuesioner.....	30
III-4 Indikator Dan Distribusi Variabel Citra Merek Pada Kuesioner.....	31
IV-1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	49
IV-2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	50
IV-3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Penghasilan.....	51
IV-4. Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	52
IV-5. Uji Validitas Variabel Promosi.....	53
IV-6. Uji Validitas Variabel Citra Merek.....	54
IV-7. Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	54
IV-8. Uji Reliabilitas.....	55
IV-9. Uji Multikolinieritas	56
IV-10. Regresi Linier Berganda	60
IV-11. Uji t	62
IV-12. Uji F	63
IV-13. Uji Koefisien Determinasi	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
II-1.	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	13
II-2.	Model Empiris	26
IV-1.	Uji Heteroskedastisitas.....	57
IV-2.	Uji Normalitas	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Pengantar Kuesioner	75
2. Kuesioner Penelitian	76
3. Tabulasi Data.....	79
4. Uji Validitas.....	83
5. Uji Reliabilitas	87
6. Uji Heteroskedastisitas.....	88
7. Uji Normalitas.....	88
8. Uji Multikolienaritas	89
9. Uji Analisis Regresi Linier Berganda	89
10. Uji t	89
11. Uji F.....	90
12. Uji Koefisien Determinasi	91
13. r Tabel	92
14. t Tabel	95
15. F Tabel	98
16. Kartu Konsultasi Skripsi	99
17. Kartu Tanda Peserta Seminar Proposal Skripsi	100