

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KERUDUNG MEREK RABBANI**

**TUGAS AKHIR**

**Ditujukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Strata 1 (S1)**



**SRI RISKI AMALIA  
1151001002**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
2019**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

**Tugas akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip dan dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama : Sri Riski Amalia**

**NIM : 1151001002**

**Tanda Tangan :**

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Sri Riski Amalia', written in a cursive style.

**Tanggal : Agustus 2019**

## HALAMAN PENGESAHAN

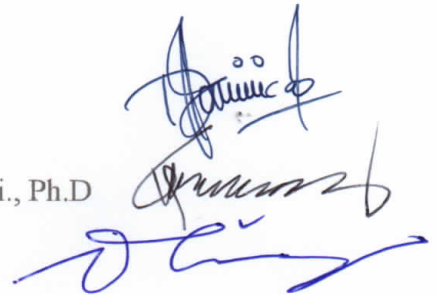
Tugas akhir ini diajukan oleh:

Nama : Sri Riski Amalia  
NIM : 1151001002  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap  
Keputusan Pembelian Kerudung Merek Rabbani

**Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.**

## DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dominica Arni Widyastuti, SE., MM  
Penguji 1 : Gunardi Endro, Ir. M.B.A, M.Hum, M.Soc.Sci., Ph.D  
Penguji 2 : Holila Hatta, S.Pd, MM  
Ditetapkan di : Jakarta  
Tanggal : Agustus 2019



## UNGKAPAN TERIMA KASIH

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir/skripsi ini dengan baik, karena tiada daya upaya kecuali atas kehendak-Nya. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat akademis dalam menyelesaikan studi program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial (FEIS) Universitas Bakrie.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Orang tua penulis Sundrawati dan Taufik, Kakak-kakak dan keluarga lainnya yang senantiasa memberi dukungan kepada penulis.
2. Ibu Dominica Arni Widyastuti, SE., MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing selama pengerjaan skripsi ini.
3. Bapak M. Taufiq Amir, SE., MM., Ph.D selaku kaprodi Manajemen Universitas Bakrie yang telah memberikan pengarahan mengenai tugas akhir ini.
4. Bapak Gunardi Endro, Ir. M.B.A, M.Hum, M.Soc.Sci., Ph.D selaku dosen pembahas proposal yang telah memberikan bimbingan, nasihat, dan kritik yang membangun dalam proses penyelesaian tugas akhir ini.
5. Ibu Holila Hatta, S.Pd, MM selaku dosen penguji pada sidang skripsi yang telah memberikan kritik, saran, dan masukan yang menjadikan tugas akhir saya menjadi lebih baik.
6. Bapak dan Ibu dosen pengajar Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie yang telah memberikan wawasan dan ilmu pengetahuan yang begitu bernilai.
7. Teman-teman Prodi Manajemen angkatan 2015 yang selalu memberikan bantuan, dukungan, dan semangat satu sama lain.
8. Kakak-kakak tingkat yang telah memberikan motivasi, semangat, berbagai pengalaman skripsi, serta memberikan bantuan.
9. Rekan-rekan kerja di kantor yang sudah mendukung dan memberikan kelonggaran waktu bagi saya dalam menyelesaikan skripsi.

10. Teman-teman, saudara seiman dari LDK Basmala Universitas Bakrie yang menyenangkan dan menenangkan apabila bertemu mereka.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan kepada saya walau sekecil apapun itu, saya ucapkan terima kasih dan semoga Allah balas dengan kebaikan yang banyak.

Dalam penyusunan laporan ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan dikarenakan keterbatasan waktu, tenaga, dan kemampuan dalam penyusunan skripsi ini. Untuk itu penulis mohon maaf apabila terdapat banyak kekurangan dan kesalahan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Jakarta, Agustus 2019

Penulis



Sri Riski Amalia

NIM. 1151001002

**HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sri Riski Amalia  
NIM : 1151001002  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Riset Bisnis

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Merek Rabbani

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tercantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Jakarta

Pada tanggal: Agustus 2019

Yang menyatakan



(Sri Riski Amalia)

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KERUDUNG MEREK RABBANI**

Sri Riski Amalia<sup>1</sup>

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian kerudung merek Rabbani. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh kualitas produk dan citra merek secara simultan dan parsial, serta untuk mengetahui faktor mana yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kausal dengan teknik analisis data menggunakan analisis kuantitatif. Sedangkan metode pengumpulan datanya menggunakan metode survey dengan teknik *purposive sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah membeli produk kerudung merek Rabbani. Sampelnya adalah responden yang mengisi kuesioner secara *online*. Jumlah total responden yang melengkapi kuesioner sebanyak 137 orang. Uji instrumen yang dilakukan adalah uji reliabilitas dan validitas. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil uji F terhadap kedua variabel penelitian yaitu kualitas produk dan citra merek, menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut secara bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen membeli kerudung merek Rabbani. Sedangkan hasil uji t pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan citra merek secara parsial juga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kerudung merek Rabbani.

Kata kunci: Kerudung Rabbani, kualitas produk, citra merek, keputusan pembelian.

---

<sup>1</sup> Mahasiswi Program Studi Manajemen Universitas Bakrie

***THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND BRAND IMAGE TOWARD  
THE PURCHASE DECISION OF BRAND HIJAB RABBANI***

Sri Riski Amalia<sup>2</sup>

---

*ABSTRACT*

*The purpose of this study is to analyze the effect of product quality and brand image toward the purchase decision of brand hijab Rabbani. The type of this research which uses quantitative analysis. Meanwhile, the data collected through survey with structured questionnaires. Purposive sampling technique was used to draw respondents from online survey. There were 137 respondents who completed the questionnaires. The result show that the reliability and validity of the research instruments were reliable and valid. Furthemore, the findings also show that product quality and brand image have a positive effect purchase decision, both partially and simultaneosly. Product quality was more dominant in affecting the purchase decision.*

*Keywords: Hijab Rabbani, quality product, brand image, purchase decision.*

---

<sup>2</sup> Student of Management Program Universitas Bakrie



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>UNGKAPAN TERIMA KASIH.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Sistematika Penulisan.....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>13</b>
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Pemasaran.....	13
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	13
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	15
2.1.4 Kualitas Produk.....	17
2.1.5 Citra Merek.....	21
2.2 Penelitian Terdahulu.....	24
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	25
2.4 Hipotesis Penelitian.....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>27</b>
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	27
3.1.1 Variabel Penelitian.....	27
3.1.2 Definisi Operasional.....	28
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	31
3.2.1 Populasi.....	31
3.2.2 Sampel.....	31
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	32
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	33
3.5 Teknik Analisis Data.....	34
3.6 Metode Analisis Data.....	34
3.6.1 Uji Alat Ukur.....	34
3.6.1.1 Uji Validitas.....	34
3.6.1.2 Uji Reliabilitas.....	35
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	35
3.6.2.1 Uji Multikolinieritas.....	36

3.6.2.2 Uji Heteroskedastisitas.....	36
3.6.2.3 Uji Normalitas.....	37
3.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	37
3.6.4 Uji Ketetapan Model.....	38
3.6.4.1 Koefisien Determinasi.....	38
3.6.4.2 Uji F.....	39
3.6.5 Uji Ketetapan Parameter Penduga (Uji T).....	39
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>40</b>
4.1 Karakteristik Responden.....	40
4.2 Analisis Deskriptif.....	42
4.2.1 Analisis Deskriptif Kualitas Produk.....	42
4.2.2 Analisis Deskriptif Citra Merek.....	42
4.2.3 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian.....	43
4.3 Uji Instrumen Penelitian.....	43
4.3.1 Pre-test Kuesioner.....	43
4.3.1.1 Uji Validitas dan Reliabilitas (30 Responden).....	44
4.3.2 Uji Validitas (137 Responden).....	44
4.3.3 Uji Reliabilitas (137 Responden).....	47
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	47
4.4.1 Uji Normalitas.....	48
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	49
4.4.3 Uji Heterokedastisitas.....	50
4.5 Uji Regresi Linear Berganda.....	51
4.6 Uji Ketetapan Model.....	53
4.6.1 Koefisien Determinasi.....	53
4.6.2 Uji F.....	53
4.7 Uji T.....	54
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian.....	55
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>60</b>
5.1 Kesimpulan.....	60
5.2 Saran.....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>62</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tampilan Salah Satu Toko Cabang Rabbani.....	4
Gambar 1.2 Tampilan Situs Web Rabbani Mall Online.....	4
Gambar 1.3 Cuplikan Layar Instagram Resmi Rabbani.....	5
Gambar 1.4 Cuplikan Layar Situs Web Zoya.....	6
Gambar 1.5 Cuplikan Layar Ulasan Mengenai Rabbani dan Zoya.....	6
Gambar 1.6 Cuplikan Layar Ulasan Mengenai Rabbani dan Zoya.....	7
Gambar 1.7 Logo Rabbani.....	8
Gambar 1.8 Hasil Pencarian Google Kerudung Rabbani Imitasi.....	9
Gambar 1.9 Harga Asli Kerudung Rabbani.....	9
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	14
Gambar 2.2 Proses Keputusan Pembelian.....	16
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	26
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	48
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	50

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 2.2 Operasional Variabel Penelitian.....	29
Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....	40
Tabel 4.2 Nilai Corrected Item-Total Correlation (CITC).....	44
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	45
Tabel 4.4 Nilai Corrected Item-Total Correlation (CITC).....	46
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	47
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas.....	49
Tabel 4.7 Hasil Uji Regresi.....	51
Tabel 4.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	53
Tabel 4.9 Hasil Uji F.....	53
Tabel 4.10 Hasil Uji T.....	54

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	64
Lampiran 2 Karakteristik Responden.....	68
Lampiran 3 <i>Descriptive Stastistic</i> .....	69
Lampiran 4 <i>Item Statistic</i> Variabel Kualitas Produk.....	69
Lampiran 5 <i>Item Statistic</i> Variabel Citra Merek.....	70
Lampiran 6 <i>Item Statistic</i> Variabel Keputusan Pembelian.....	70
Lampiran 7 Uji Validitas <i>pretest</i> (30 Responden).....	71
Lampiran 8 Uji Reliabilitas <i>Pretest</i> Variabel Kualitas Produk (X1).....	72
Lampiran 9 Uji Reliabilitas <i>Pretest</i> Variabel Citra Merek (X2).....	72
Lampiran 10 Uji Reliabilitas <i>Pretest</i> Variabel Keputusan Pembelian (Y1).....	72
Lampiran 11 Uji Validitas (137 Responden).....	73
Lampiran 12 Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk.....	74
Lampiran 13 Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek.....	74
Lampiran 14 Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian.....	74