

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK
REFINANCING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PT. BCA FINANCE PONDOK INDAH**

TUGAS AKHIR



GHEA ALVIOLA

1171921011

**PROGRAM STUDI S1 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 maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Ghea Alviola

NIM : 1171921011

Tanda Tangan :



Tanggal : 22 Agustus 2019

HALAMAN PENGESAHAN

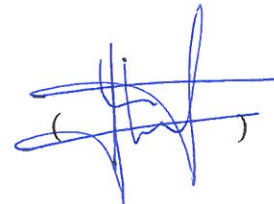
Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Ghea Alviola
NIM : 1171921011
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Fakultas Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap keputusan Pembelian Produk Refinancing pada PT BCA Finance

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Arief B. Suharko, B.S.E.E., M.S.E.E., Ph.D, C.P.I.M



Penguji I : Holila Hatta., S.Pd., MM



Penguji II : Muchsin Sagaff Shihab, S.E., M.Sc., M.B.A., Ph.D



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 15 Agustus 2019

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT karena berkat rahmat dan kasih-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Refinancing Terhadap Keputusan Pembelian pada PT BCA Finance Pondok Indah” dengan baik.

Tujuan penulisan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen bagi mahasiswa program S-1 di program studi Manajemen Universitas Bakrie Jakarta. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Terselesaikannya skripsi ini tidak lepas dari bantuan banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada;

1. Keluarga yang telah memberikan segala dukungan dan doa kepada penulis. Ayah Alfa & Bunda Devi selaku orang tua dari penulis dan Sheilla selaku adik dari penulis.
2. Aditya selaku *partner* yang telah memberikan semangat agar dapat menyelesaikan tugas akhir ini tepat waktu.
3. Teman-teman mahasiswa bakrie *batch* 9.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia akademik.

Jakarta, 22 Agustus 2019

Ghea Alviola

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Ghea Alviola
NIM : 1171921011
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Refinancing Terhadap Keputusan Pembelian pada PT BCA Finance Pondok Indah.**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 22 Agustus 2019

Yang Menyatakan



Ghea Alviola

Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Refinancing Terhadap Keputusan Pembelian pada PT BCA Finance Pondok Indah.

Ghea Alviola

Abstrak

Dalam Penelitian ini variabel independen yang digunakan adalah Citra merek dan kualitas produk. Metode analisis yang digunakan analisis regresi linier berganda. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang diambil dengan *purposive sampling* dari pengguna produk refinancing yang melakukan keputusan pembelian di BCA Finance Pondok Indah. Data yang diperoleh merupakan data primer yang merupakan hasil dari jawaban responden atas kuesioner yang disebarakan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan pada variabel citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini juga menunjukkan variabel citra merek dan kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian. Pada uji deteeterminasi terdapat pengaruh sebesar 53,6% dari variabel independen (citra merek dan kualitas produk) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam variabel ini.

Kata Kunci : citra merek, kualitas produk, keputusan pembelian, produk refinancing

**The Effect of Brand Image and Quality Product on Purchase Decision of
Refinancing Product at PT BCA Finance Pondok Indah**

Ghea Alviola

Abstract

The study is aimed to analyze the effect of brand image and quality product as an independent variables. The analysis's method using a multiple linear regression analysis. The sample was used in this research are 100 respondents which took a purposive sampling from refinancing product customer who makes a buying decisions. The data retrieved is primary data that is the result of respondent's answers on a questionnaire that was distributed. The results of this research that are simultaneous influence of variable brand image and quality product on purchasing decision. The result of this research also shows that the variable brand image and quality product influence significantly partially against purchasing decision. On the determination test, there is influence of 53,6% of the independent variable (brand image and quality product) on the dependent variable (purchasing decision). Meanwhile, the rest of it is influenced by other variables and not included in the regression analysis

Keywords: brand image, quality product, purchasing decision, refinancing product

DAFTAR ISI

HALAMAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
UNGKAPAN TERIMA KASIH	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Manfaat Teoritis	4
1.4.2 Manfaat Praktis.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Tinjauan Konseptual.....	5
2.1.1 Pengertian Lembaga Pembiayaan.....	5
2.1.2 Merek.....	6
2.1.3 Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	7
2.1.4 Kualitas Produk (<i>Quality Produk</i>)	9
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	11
2.2 Penelitian Terdahulu.....	13
2.3 Kerangka Pemikiran.....	14
2.4 Hipotesis penelitian.....	14
BAB III METODE PENELITIAN.....	15
3.1 Jenis Penelitian.....	15
3.2 Sumber Data Dan Teknik Pengumpulan data	15
3.2.1 Sumber Data.....	15

3.2.2	Populasi, Sampel dan Teknik Pengumpulan Data.....	15
3.2.3	Teknik Pengumpulan Data.....	17
3.3	Definisi dan Operational Variabel	17
3.3.1	Variabel Bebas.....	17
3.3.2	Variabel Terikat.....	18
3.3.3	Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	18
3.3.4	Skala Pengukuran Variabel.....	20
3.4	Metode Analisis.....	21
3.4.1	Teknik Pengujian Instrumen.....	21
3.4.1.1	Validitas.....	21
3.4.1.2	Reliabilitas.....	21
3.4.2	Teknik Analisis data.....	21
3.4.2.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	21
3.4.2.2	Uji Asumsi Klasik	22
3.4.2.3	Uji Hipotesis	22
3.4.2.4	Uji Signifikan Simultan (Uji F)	22
3.4.2.5	Uji Signifikan Parsial (Uji T)	22
3.4.2.6	Uji Koefisien Determinasi D disesuaikan (Adjust R)	23
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		24
4.1	Hasil Penelitian	24
4.1.1	Karakteristik Responden.....	24
4.1.2	Statistik Deskriptif variabel Penelitian.....	24
4.1.3	Uji Validitas.....	25
4.1.4	Uji Reliabilitas.....	26
4.1.5	Uji Asumsi Klasik.....	27
4.1.4.1	Uji Normalitas.....	28
4.1.4.2	Heteroskedastisitas.....	28
4.1.4.3	Uji Multikolonieritas.....	29
4.1.6	Analisis Regresi Berganda.....	29
4.1.7	Hasil Pengujian Hipotesis.....	31
4.1.7.1	Uji T.....	30
4.1.7.2	Uji F	32

4.1.7.3 Koefisien Determinasi	33
4.2 Pembahasan.....	33
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	37
5.1 Kesimpulan	37
5.2 Saran	37
5.3 Keterbatasan Penelitian	38
DAFTAR PUSTAKA	39

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1 Operasional variabel Penelitian	18
Tabel 3.2 Skala Penilaian Untuk Pernyataan Positif	20
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	24
Tabel 4.2 Uji Validitas Citra Merek	25
Tabel 4.3 Uji Validitas Kualitas Produk	25
Tabel 4.4 Uji Validitas Keputusan pembelian	25
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas	26
Tabel 4.6 Heteroskedastisitas	28
Tabel 4.7 Uji Multikolonieritas	29
Tabel 4.8 Regresi Berganda	29
Tabel 4.9 Uji T	30
Tabel 4.10 Uji F	32
Tabel 4.11 Keofisien Determinasi	33

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran 15

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian 40