

**PENGARUH *BRAND EQUITY*, HARGA DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK JILBAB MEREK ZOYA
DI PANGKALPINANG**

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

**NAMA : RENIE PURNAMA KOTO
NIM : 302 11 11 038**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Prasyarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG
2016**

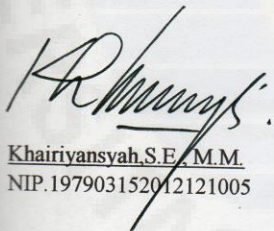


UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN

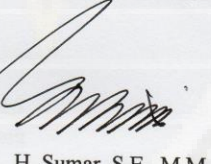
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Renie Purnama Koto
NIM : 302 11 11 038
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : "Pengaruh *Brand Equity*, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Jilbab Merek Zoya di Pangkalpinang"

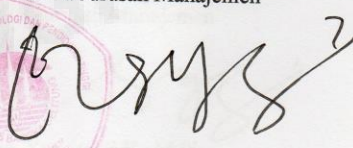

Pembimbing Utama


Khairiyansyah, S.E., M.M.
NIP. 197903152012121005

Pembimbing Pendamping


H. Sumar, S.E., M.M.
NP. 506808015

Balunijuk, 29 Juli 2016
Ketua Jurusan Manajemen



Maya Yusnita, S.E., M.Si.
NIP. 198605082014042001

PENGESAHAN SKRIPSI

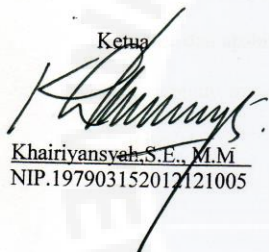
SKRIPSI BERJUDUL

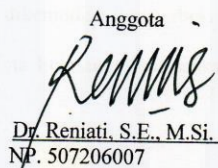
Pengaruh *Brand equity*, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian jilbab merek zoya di pangkalpinang

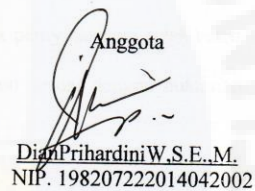
Yang disiapkan dan disusun oleh : Renie purnama koto
Nomor Induk Peserta : 302 11 11 038

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 12 Agustus 2016 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Tim Penguji :

Ketua

Khairiyansyah, S.E., M.M
NIP.197903152012121005

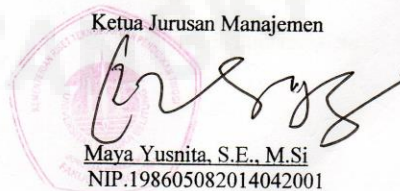
Anggota

Dr. Reniati, S.E., M.Si.
NP. 507206007

Anggota

Dian Prihardini W.S.E., M.
NIP. 198207222014042002

Balunjuk, 12 Agustus 2016
Universitas Bangka Belitung
Fakultas Ekonomi
Jurusan Manajemen

Dekan

Dr. Reniati, S.E., M.Si
NP. 507206007

Ketua Jurusan Manajemen

Maya Yusnita, S.E., M.Si
NIP.198605082014042001

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi yang berjudul: **“Pengaruh Brand Equity, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Jilbab Merek Zoya di Pangkalpinang”**, adalah hasil tulisan saya sendiri, tidak terdapat karya sebelumnya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis terdapat dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi dan apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan hukuman yang berlaku”.

Balunijuk, 29 Juli 2016

Penulis



Renie Purnama Koto

ABSTRACT

Renie Purnama Koto. 302 11 11 038. *The Effect of Brand Equity, Price and Quality of Product on Purchase Decision of Hijab Zoya brands in Pangkalpinang.*

The background of this research is to shows that brand equity, price and product quality influence consumers in purchasing decisions. The purpose of this research is to find and to get review of the ifluence of brand equity, price and quality of product on the purchase decision of veil brands Zoya in Pangkalpinang.

This is descriptive quantitative research with a total sample of 92 respondents, while the sampling technique uses a non probability sampling technique, i.e. accidental sampling technique. the independent variables of this research consists of brand equity, price and quality of product, while the dependent variable is purchase decision. The regression ,T test, F tes and coefficient determination (R^2).

The results of this research is obtained that variable of brand equity (X1) t-value (4.129) > T_{table} (1.986), variable of price (X2) T_{value} (2.436) > T_{table} (1.986) and variable of quality of product (X3) T_{value} (2.492) > T_{table} (1.986). Thus, variable of brand equity (X1) has partial effects on variable of purchase decision, variable of price (X2) has partial affects the purchase decision variable and the product quality variable (X3) partially effects on variable purchase decision. The result of F test indicates that F_{value} (63.018) > F_{table} (2.71), while the significance is $0.000 < \alpha$ on level of significance 0.05, so H_0 is rejected and H_a is accepted which means independent variables (brand equity, price and quality of product) simultaneously influencet dependent variable (purchase decisions) positively and significantly. the analisis results of coefficient of determination (R^2) indicates that independent variable (brand equity, price and quality of product) influenced the dependent variable in the amounted of 67.2%, and the remaining 32.8% is influenced by other variables out of research.

Keywords: Brand Equity, Price, Quality of Product, Purchase Decision

ABSTRAK

Renie Purnama Koto. 302 11 11 038. Pengaruh *Brand Equity*, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Jilbab Merek Zoya di Pangkalpinang.

Penelitian ini dilatar belakangi berdasarkan fenomena yang ada menunjukkan bahwa *brand equity*, harga dan kualitas produk mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendapatkan kajian tentang pengaruh *brand equity*, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Jilbab Merek Zoya di Pangkalpinang.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 92 responden, sedangkan metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* yaitu *accidental sampling*. Pada penelitian ini variabel bebasnya terdiri dari *brand equity*, harga dan kualitas produk, sedangkan variabel terikatnya adalah keputusan pembelian. Pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Sedangkan metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian variabel *brand equity* (X1) diperoleh $t_{hitung} (4,129) > T_{tabel} (1,986)$, variabel harga (X2) $t_{hitung} (2,436) > T_{tabel} (1,986)$ dan variabel kualitas produk (X3) $t_{hitung} (2,492) > T_{tabel} (1,986)$. Maka variabel *brand equity* (X1) berpengaruh secara parsial terhadap variabel keputusan pembelian, variabel harga (X2) berpengaruh secara parsial terhadap variabel keputusan pembelian dan variabel kualitas produk (X3) berpengaruh secara parsial terhadap variabel keputusan pembelian. Hasil uji F menunjukkan bahwa $F_{hitung} (63,018) > F_{tabel} (2,71)$, sedangkan signifikansi adalah $0,000 < \alpha$ pada taraf signifikansi 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel *independen* (*brand equity*, harga dan kualitas produk) secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel *dependen* (keputusan pembelian) secara positif dan signifikan. Hasil analisis koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa variabel *independen* (*brand equity*, harga dan kualitas produk) mempengaruhi variabel *dependen* (keputusan pembelian) sebesar 67,2%, dan sisanya 32,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

Kata Kunci : *Brand Equity*, Harga, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian

