

PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *PRODUCT DIFFERENTIATION* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KERIPIK NYAMEN DI KOTA PANGKALPINANG

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

NAMA : TEGUH SAMUDRA

NIM : 302 13 11 106

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Prasyarat
Memperoleh Gelar Sarjana**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG**

2018

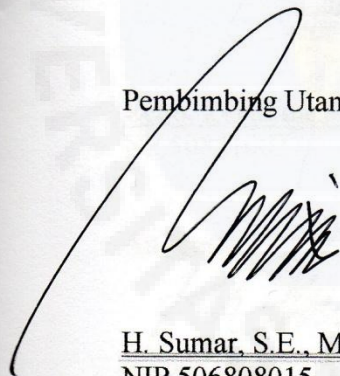


**UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

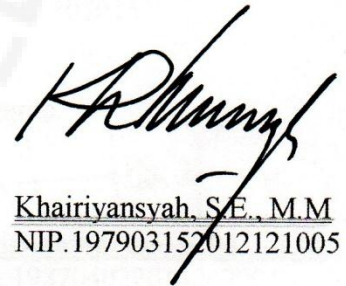
Nama : Teguh Samudra
NIM : 302 13 11 106
Jurusan : Manajemen
Judul Usulan Penelitian : "Pengaruh *Brand Image* dan *Product Differentiation*
Terhadap Keputusan Pembelian Produk Keripik
Nyamen Di Kota Pangkalpinang"

Pembimbing Utama



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

Pembimbing Pendamping



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

Balunujuk, 11 Januari 2018
Ketua Jurusan Manajemen



M. Tanggung, S.E., M.Si
NIP.196306051990031004

PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

PENGARUH BRAND IMAGE DAN PRODUCT DIFFERENTIATION

TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KERIPIK

NYAMEN DIKOTA PANGKALPINANG

Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh : Teguh Samudra
Nomor Induk Mahasiswa : 3021311106

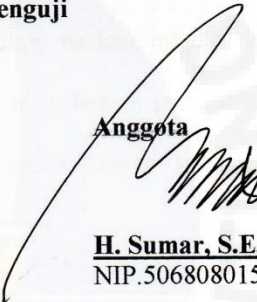
Telah Dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 19 Januari 2018 dan telah dinyatakan memenuhi syarat diterima

Tim Penguji

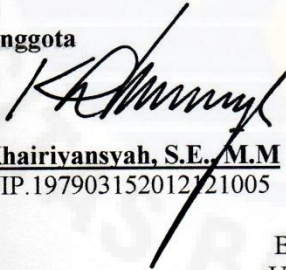
Ketua


Echo. Perdana Kusuma, B.Sc., M.Sc.
NP.508410027

Anggota


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

Anggota


Khairiyansyah, S.E., M.M
NIP.197903152012721005

Anggota


Christianingrum, S.Pd., M.M
NIP. 198704022014042001

Balunjuk, 29 Januari 2018
Universitas Bangka Belitung
Fakultas Ekonomi
Jurusan Manajemen

Dekan


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

Ketua Jurusan


M. Tanggung, SE., M.Si.
NIP. 196306051990031004

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi yang berjudul : **“Pengaruh Brand Image dan Product Differentiation Terhadap Keputusan Pembelian Kerippik Nyamen dikota Pangkalpinang”**, adalah hasil tulisan saya sendiri, tidak terdapat karya sebelumnya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana disuatu 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”.

Balunujuk, 5 Februari 2018

Penulis

METERAI
TEMPEL
38A9AEF928404265
6000
ENAM RIBU RUPIAH
Teguh Samudra

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

‘Hidup cuma sekali jangan disia-siakan kejar apa yang ingin kamu kejar sayangi lah orang yang kamu sayangi setulusnya jangan sampai menyesal’

(Teguh Samudra)

PERSEMBAHAN

1. Allah SWT yang telah memberikan kekuatan, kesehatan, dan ketangguhan hati sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Orang tua saya yang tercinta, Bapak Kaspul Mariyat dan Ibu Darma Tapsiah dan juga kakak saya Muhammad Arizki atas segala bantuan tenaga, waktu, dukungan, semangat, motivasi untuk keberhasilan penulis.
3. Semua dosen- dosen fakultas ekonomi yang telah memberikan dan mengajarkan ilmu pengetahuan serta etika yang baik kepada penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Bangka Belitung.
4. Kepada semua teman-teman manajemen 4 angkatan 2013, serta juga teman-teman sesama fakultas ekonomi angkatan 2013.
5. Kepada Pemilik UMKM Keripik Nyamen Ilham Saputra yang telah mengizinkan untuk peneliti meneliti di tempat UMKM nya.
6. Seluruh mahasiswa Universitas Bangka Belitung

ABSTRACT

Teguh Samudra, 302.13.11.106. *The Influence of Brand Image and Product Differentiation towards Purchasing Decision of Nyamen Chips in Pangkalpinang City.*

This study aimed at finding out of the influence of brand image and product differentiation towards purchasing decision Nyamen Chips in Pangkalpinang city. In this study, the independent variables were brand image and product differentiation, and the dependent variable was the purchasing decision.

The research approaches employed in this research were the descriptive and quantitative approaches. This research was conducted on 96 consumers of Nyamen chips in Pangkalpinang city. The sampling method used in this research was the non-probability sampling method which was the accidental sampling method. The data collection techniques used in this study were interviews, questionnaires, and observations.

The results showed that the independent variables – brand image and product differentiation significantly influenced the purchasing decision. As the result of the calculation of the calculation of the Ftest that $f_{count} (117,598) > f_{table} (3.09)$ with significance $0.000 <$ from the alpha significance level of 0,05 or 5%. So H_0 was rejected and H_a was accepted. While the coefficient of determination (Adjusted R Square) was 0.722 or 71.1%. In addition, the influence of variables was simultaneous to Y with 71.1%. While ttest known variable X_1 obtained $t_{count} (5,948) > t_{table} (0,2005)$, X_2 $t_{count} (9,374) > t_{table} (0,2005)$. Hence, the free variable (X) had a significant effect on the dependent variable (Y).

Key Words : Brand Image, Product Differentiation, and Purchasing Decision.

ABSTRAK

Teguh Samudra, 302.13.11.106. Pengaruh *Brand Image* dan *Product Differentiation* Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Nyamen Di Kota Pangkalpinang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *brand image* dan *product differentiation* terhadap keputusan pembelian Keripik Nyamen di kota Pangkalpinang. Dalam penelitian ini, variabel independen adalah *brand image* dan *product differentiation*, dan variabel dependen adalah keputusan pembelian.

Pendekatan penelitian dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan pada 96 orang konsumen Keripik Nyamen di kota Pangkalpinang Metode pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* yaitu metode *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, kuesioner, dan observasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel bebas *brand image* dan *product differentiation* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Seperti hasil dari perhitungan uji F bahwa $f_{hitung}(117,598) > f_{tabel}(3,09)$ dengan signifikansi $0,000 < \alpha$ taraf signifikansi 0,05 atau 5%. sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Sedangkan koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,711 atau 71,1%. Maka pengaruh variabel secara serentak terhadap Y sebesar 71,1%. Sedangkan uji t diketahui variabel X_1 diperoleh $t_{hitung}(5,948) > t_{tabel}(0,2005)$, X_2 $t_{hitung}(9,374) > t_{tabel}(0,2005)$. Maka dikatakan variabel bebas (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y).

Kata kunci : *Brand Image*, *Product Differentiation*, dan Keputusan Pembelian.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT, atas limpahan Rahmat dan Karuniannya, sehingga penulis dapat merampungkan skripsi dengan judul : Pengaruh *Brand Image* dan *Product Differentiation* terhadap Keputusan Pembelian Keripik Nyamen di Kota Pangkalpinang.

Skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan *study* serta dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program *Study* Manajemen Universitas Bangka Belitung. Terima kasih kepada ayahanda tercinta Kaspul Mariyat dan Ibunda yang saya sayangi Darma Tapsiah yang telah memberikan cinta dan kasih sayang yang tidak ternilai dan tidak terhingga.

Terima kasih juga penulis ucapkan kepada Bapak H. Sumar, S.E.,M.M selaku pembimbing utama dan Bapak Khairiansyah, S.E.,M.M selaku pembimbing pendamping yang telah membantu penulisan skripsi ini. Serta ucapan terima kasih kepada :

1. Kedua orang tua tercinta, Ibu Darma Tapsiah dan Ayah Kaspul Mariyat yang sudah memberikan semangat, tenaga, doa, dukungan moral maupun materil, motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan diwaktu yang tepat
2. Bapak Dr. Ir. Muh, Yusuf, M.Si. Selaku Rektor Universitas Bangka Belitung
3. Ibu Dr. Reniati, S.E., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.
4. Bapak M. Tanggung, S.E., M.Si. Selaku Ketua Jurusan Manajemen
5. Bapak Echo Perdana Kusuma selaku Kepala Lab Manajemen yang telah membantu dalam mengecek hasil analisis data dalam skripsi ini
6. Ibu Christianingrum, S.pd., M.M selaku dosen penguji yang telah membantu memperbaiki dan membimbing skripsi ini .

7. Bapak H. Sumar, S.E., M.M selaku pembimbing utama
8. Bapak Khairiansyah, S.E., M.M selaku pembimbing pendamping.
9. Seluruh dosen dan staf akademik pada Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung
10. Kepada Bapak Ilham
11. Teman seperjuangan yang selalu menemani dan memberi semangat di saat susah maupun senang : Zenda Damara, Rachmat Puji, Ilham Saputra, Dias Prayogi, dan Dafid Hidayat.
12. Teman Grup GPS : Muhammd Irfan Islami, Sebri Yanto, Kristori Glorious Sirergar, Erwin Hermawan, Fendi Pangestu, Ebi Bustami, Eno Permana, Muhammad Eji Pratama, Juleo, Fadil Liriyatra, dan Ilham Saputra yang sudah membagi canda dan tawa disaat susah maupun senang.
13. Wanita terhebat setelah ibu saya Viola Monica yang telah menjadi penyemangat dan motivasi agar skripsi ini cepat selesai.

Akhir kata penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat menerima saran ataupun kritik yang sifatnya dapat membangun demi kesempurnaan dan semoga bermanfaat bagi kita semua.

Balunijuk, Januari
2017

Penulis

Teguh Samudra

DAFTAR ISI

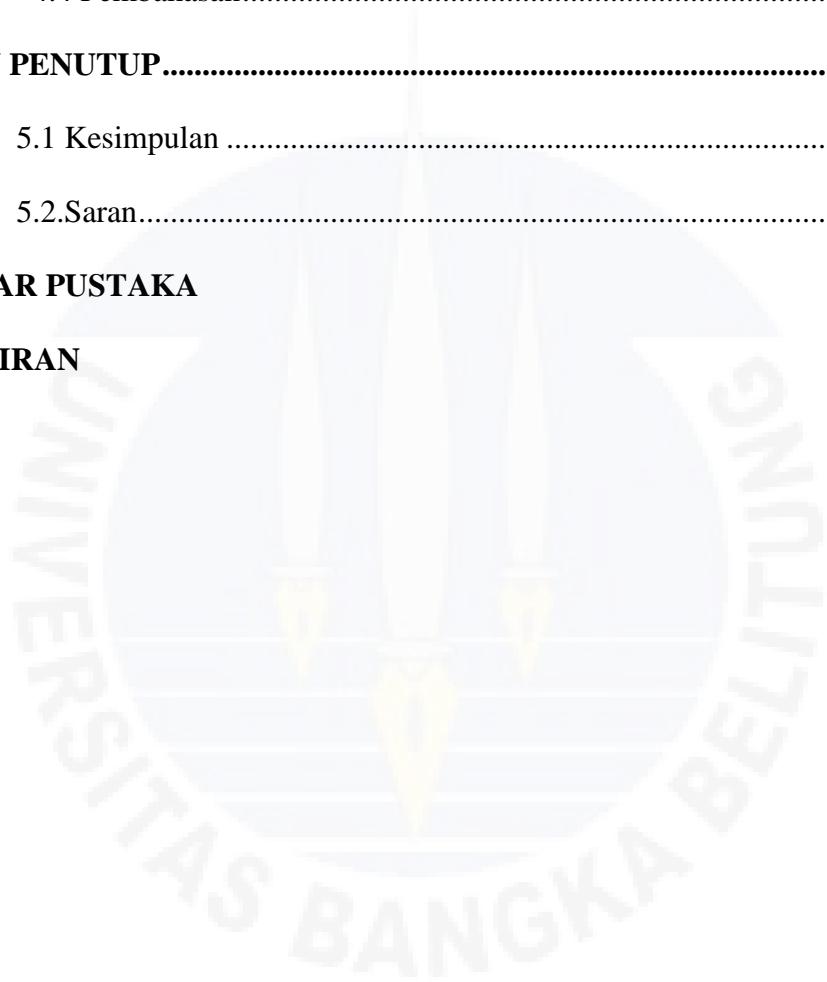
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN ASLI KARYA TULIS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Batasan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1.6 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1 Pemasaran.....	12

2.1.1 Pengertian Pemasaran	12
2.1.2 Konsep Pemasaran	13
2.1.3 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	14
2.2 <i>Brand image</i> (Citra Merek)	15
2.2.1 Pengertian <i>Brand</i> (Merek).....	15
2.2.2 Manfaat <i>Brand</i> (Merek)	16
2.2.3 Pengertian <i>Image</i> (Citra)	18
2.2.4 Pengertian <i>Brand image</i> (Citra Merek).....	20
2.2.5 Manfaat <i>Brand image</i> (Citra Merek).....	23
2.2.6 Dimensi <i>Brand Image</i>	24
2.3 <i>Product Differentiation</i> (Diferensiasi Produk).....	26
2.3.1 Tahapan Membangun Diferensiasi.....	27
2.3.2 Tahap Mempertahankan Diferensiasi yang Sudah Terbentuk	29
2.3.3 Variabel Diferensiasi Produk	30
2.4 Keputusan Pembelian Konsumen.....	31
2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	31
2.4.2 Tahap-Tahap Keputusan Pembelian.....	32
2.4.3 Peran Keputusan Pembelian.....	33
2.4.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian	34
2.5 Hasil Penelitian Terdahulu	36
2.6 Kerangka Pemikiran	37

2.6.1 Hubungan <i>Brand image</i>	
Terhadap Keputusan Pembelian	38
2.6.2 Hubungan <i>Product Differentiation</i>	
Terhadap Keputusan Pembelian	38
2.6.3 Hubungan <i>Brand image</i> dan <i>Produt</i>	
<i>Differentiation</i> terhadap keputusan pembelian	38
2.7 Hipotesis.....	39
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Jenis Penelitian	40
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	40
3.3 Populasi dan Sample	40
3.4 Teknik Pengumpulan Data	41
3.4.1 Jenis Data	41
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	42
3.5 Variabel Penelitian	43
3.6 Definisi Operasional Variabel	44
3.7 Skala Pengukuran Variabel	45
3.8 Uji Kualitas Data	46
3.8.1 Uji Validitas	46
3.8.2 Uji Realibilitas	47
3.9 Teknik Analisis Data	48
3.9.1 Uji Asumsi Klasik	48
3.9.1.1 Uji Multikolonieritas	48

3.9.1.2 Uji Autokorelasi	49
3.9.1.3 Uji Heterokedastisitas.....	50
3.9.1.4 Uji Normalitas	50
3.9.2 Uji Hipotesis.....	51
3.9.2.1 Regresi Berganda.....	51
3.9.2.2 Uji T-test.....	52
3.9.2.3 Uji F.....	52
3.9.2.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	54
4.1.1 Profil Umum Keripik Nyamen.....	54
4.1.2 Visi dan Misi UMKM Keripik Nyamen	54
4.1.2.1 Visi UMKM Keripik Nyamen	54
4.1.2.2 Misi UMKM Kerpiki Nyamen.....	55
4.2 Deskriptif Hasil Penelitian	55
4.2.1 Hasil Deskriptif Karakteristik Responden	55
4.2.2 Hasil Deskriptif Masing-Masing Variabel	57
4.2.3 Rekapitulasi Deskriptif Variabel.....	71
4.3 Hasil Analisis Data.....	72
4.3.1 Uji Validitas	72
4.3.2 Uji Realibilitas	73
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	74
4.3.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	80

4.3.5 Pengujian Hipotesis.....	82
4.3.5.1 Uji Signifikansi Parameter Individual.....	82
4.3.5.2 Uji Signifikansi Simultan.....	84
4.3.5.3 Analisis Koefisien Determinasi.....	85
4.4 Pembahasan.....	86
BAB V PENUTUP.....	95
5.1 Kesimpulan	95
5.2.Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Jumlah Omzet Usaha Keripik Nyamen dari Maret 2016 - Desember 2017.....	6
Tabel I.2	Data Keputusan Pembelian pada Usaha Keripik Nyamen di Pangkalpinang	7
Tabel II.1	PenelitianTerdahulu.....	36
Tabel III.1	DefinisiOperasionalVariabelPenelitian.....	44
Tabel III.2	Kriteria Uji Durbin Watson.....	50
Tabel IV.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel IV.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel IV.3	Indikator Nama yang Mudah Diingat	58
Tabel IV.4	Indikator dari Merek Terkenal.....	58
Tabel IV.5	Indikator dari Citra Rasa.....	58
Tabel IV.6	Indikator dari Kemasan yang Lebih Menarik.....	59
Tabel IV.7	Indikator dari Inovasi yang Baik	59
Tabel IV.8	Indikator dari Informasi	59
Tabel IV.9	Indikator dari Harga Produk	60
Tabel IV.10	Indikator dari Image yang baik.....	60
Tabel IV.11	Indikator dari Kemasan.....	60
Tabel IV.12	Indikator dari Tidak Meniru	61
Tabel IV.13	Rekapitulasi Rata-Rata Jawaban Responden pada Variabel <i>Brand Image</i>	61

Tabel IV.14 Indikator dari Ukuran.....	62
Tabel IV.15 Indikator dari Model	62
Tabel IV.16 Indikator dari Motif yang Beragam	63
Tabel IV.17 Indikator dari Motif yang Menarik	63
Tabel IV.18 Indikator dari Mutu Kinerja.....	63
Tabel IV.19 Indikator dari Mutu Produk	64
Tabel IV.20 Indikator dari Kesesuaian Ukuran	64
Tabel IV.21 Indikator dari Kesesuaian Standar	64
Tabel IV.22 Indikator dari Daya Tahan Produk.....	65
Tabel IV.23 Indikator dari Umur Ekonomis	65
Tabel IV.24 Indikator dari Penampilan Produk	65
Tabel IV.25 Indikator dari Desain yang Khas	66
Tabel IV.26 Rekapitulasi Rata-Rata Jawaban Responden pada Variabel <i>Product Differentiation</i>	66
Tabel IV.27 Indikator dari sebagai Pemenuh Kebutuhan	67
Tabel IV.28 Indikator dari Ingin Mengetahui Kualitas dan Manfaat Produk.....	68
Tabel IV.29 Indikator dari Kesulitan Mendapatkan Informasi.....	68
Tabel IV.30 Indikator dari Mengetahui Produk dari Teman.....	68
Tabel IV.31 Indikator dari Standar Kualitas dari Produk	69
Tabel IV.32 Indikator dari Harga Beli Secara Umum	69
Tabel IV.33 Indikator dari Membeli Produk Karena Pengaruh Orang Lain	69

Tabel IV.34 Indikator dari Membeli Produk Karena	
Keinginan Sendiri.....	70
Tabel IV.35 Indikator dari Merekomendasikan Kepada Orang Lain	70
Tabel IV.36 Indikator dari Membeli Produk Berdasarkan	
Penilaian Terhadap Kualitas	70
Tabel IV.37 Rekapitulasi Rata-Rata jawaban Responden pada	
Variabel Keputusan Pembelian	71
Tabel IV.38 Rekapitulasi Deskriptif Variabel	72
Tabel IV.39 Hasil Uji Validitas	72
Tabel IV.40 Hasil Uji Realibilitas.....	74
Tabel IV.41 Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	76
Tabel IV.42 Hasil Uji <i>Glejser</i>	78
Tabel IV.43 Hasil Uji Multikolinearitas	79
Tabel IV.44 Hasil Analisis Uji Kolerasi	80
Tabel IV.45 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	80
Tabel IV.46 Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual.....	82
Tabel IV.47 Hasil Analisis Uji Signifikansi Simultan	84
Tabel IV.48 Hasil Analisis Koefisien Determinasi.....	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Proses Terbentuknya Citra Perusahaan.....	20
Gambar II.2	Kerangka Pemikiran	37
Gambar IV.1	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Gambar IV.2	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
Gambar IV.3	Hasil Uji Normalitas	74
Gambar IV.4	Hasil Uji Heteroskedastisitas	77



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 2 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 Tabulasi Data
- Lampiran 4 Hasil Karakteristik Responden
- Lampiran 5 Hasil Deskriptif Variabel
- Lampiran 6 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 7 Hasil Uji Realibilitas
- Lampiran 8 Hasil Uji Asumsi Klasik, Uji Regresi Berganda, Uji t, dan Uji f
- Lampiran 9 Surat UPT Bahasa
- Lampiran 10 Kartu Bimbingan
- Lampiran 11 Dokumentasi Foto
- Lampiran 12 Surat Balasan