

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PIA SARONDE GORONTALO**

OLEH

Iklima Rivanty Abas

NIM : 931 413 109

TELAH DIPERIKSA DAN DISETUJUI UNTUK DIUJI

PEMBIMBING I



Raflij Hineo, S.Pd., M.Si

NIP. 19730618 199903 1 001

PEMBIMBING II



Ramlan Amir Isa, SE., MM

NIP. 19750828 200604 1 018

**Mengetahui
Ketua Jurusan Manajemen**



Hais Dama, SE., M.Si

NIP. 19730305 200212 1 003

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PIA SARONDE GORONTALO

OLEH

IKLIMA RIVANTY ABAS
NIM. 931 413 109

Telah dipertahankan didepan dewan penguji

Hari / Tanggal : Rabu, 26 Juli 2017

Waktu : 15:00 – 17:00

Penguji

1. Irwan Yantu, S.Pd.,M.Si
Nip. 19731020 200312 1 001

1) _____

2. Idris Yanto Niode, S.Pd.,MM
Nip. 19781026 200501 1 001

2) _____

3. Raflin Hineho, S.Pd.,M.Si
Nip. 19730618 199903 1 001

3) _____

4. Ramlan Amir Isa, SE.,MM
Nip. 19750828 200604 1 018

4) _____

Gorontalo, 26 Juli 2017

DEKAN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO



Imran Rosman Hambali S.Pd, SE, MSA
NIP. 197008 23199903 1 005

ABSTRAK

Iklima Rivanty Abas. 2017. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pia Saronde Gorontalo. Skripsi. Jurusan manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Gorontalo. Pembimbing I Raflin Hinelo, S.Pd.,M.Si. dan pembimbing II Ramlan Amir Isa, SE.,MM.

Penelitian ini lebih difokuskan pada masalah, seberapa besar pengaruh citra merek dan kualitas produk secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian pada Pia Saronde Gorontalo. Tujuannya untuk mengukur pengaruh citra merek dan kualitas produk secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian pada Pia Saronde Gorontalo. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan analisa regresi linier berganda. Populasinya adalah pelanggan pia Saronde Gorontalo.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh citra merek (X1) secara parsial terhadap keputusan pembelian sebesar 0,596 atau 59,6% sedangkan pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian secara parsial sebesar 0,255 atau 25,5%. Besarnya pengaruh citra merek dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian pia saronde Gorontalo sebesar 0,632 atau 63,2%.

Kesimpulan dari penelitian yakni (a) Pengaruh citra merek (X1) secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Pia Sarode Gorontalo sebesar 0,596 atau 59,6%. (b) Pengaruh kualitas produk (X2) secara parsial terhadap keputusan pembelian Pia Saronde Gorontalo. Sebesar 0,255 atau 25,5%. (c) Pengaruh citra merek dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Pia Saronde Gorontalo sebesar 0,632 atau 63,2%.

Kata kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Iklima Rivanty Abas. 2017. An Influence of Brand Image and Product Quality toward Purchasing Decision of Pia Saronde Gorontalo. Skripsi. Department of Management, Faculty of Economics, State University of Gorontalo. Principal supervisor is Raflin Hineho, S.Pd., M.Si and Co-supervisor is Amir Isa, SE., MM.

This research focuses on problem statement of in what extent brand image and product quality influences either simultaneously or partially the purchasing decision on Pia Saronde Gorontalo. It aims at investigating in what extent brand image and product quality influences either simultaneously or partially the purchasing decision on Pia Saronde Gorontalo. This is descriptive research by using multiple linear regression analysis. Population of the research is all customer of Pia Saronde Gorontalo.

Finding reveals that partially, the brand image (X1) influences the purchasing decision for 0,596 or 59,6% while the product quality (X2) influences the purchasing decision for 0,255 or 25,5%. Simultaneously, the brand image and the product quality influence the purchasing decision on pia Saronde Gorontalo for 0,632 or 63,2%.

The conclusions are: (a) the brand image (X1) influences the purchasing decision for 0,596 or 59,6%; (b) the product quality (X2) influences the purchasing decision for 0,255 or 25,5%; and (c) Simultaneously, the brand image and the product quality influence the purchasing decision on pia Saronde Gorontalo for 0,632 or 63,2%.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Purchasing Decision