

**PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TAHU  
(STUDI PADA PELANGGAN PAK BUDI GERAI TAMANAN  
BONDOWOSO)**

**SKIRIPSI**

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen



Oleh :  
**MUHAMMAD EDO FIORENTINO**  
19.1041.1169

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
2023**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Edo Fiorentino

NIM : 1910411169

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar - benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TAHU ( Studi kasus pada produk Tahu UMKM Pak Budi) ; adalah hasil karya sendiri . Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya . Belum pernah diajukan pada institusi manapun , serta bukan karya plagiat atau jiplakan . Saya bertanggung jawab atas keaslian , keabsahan , dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah . Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya , tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum , jika ternyata di kemudian hari ada pihak - pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut .

Jember, Juli 2023

Yang menyatakan,

Muhammad Edo Fiorentino

NIM . 19.1041.1169

## SKIRIPSI

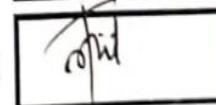
# PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TAHU (STUDI PADA PELANGGAN PAK BUDI GERAI TAMANAN BONDOWOSO)

Oleh : MUHAMMAD EDO FIORENTINO  
NIM. 19.1041.1169

Dosen Pembimbing Utama : Drs. Akhmad Suharto, MP.



Dosen Pembimbing Pendamping : Tatit Diansari Reskiputri, SE., MM



## PENGESAHAN

Skripsi berjudul: Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Tahu (Studi pada pelanggan pak budi gerai tamanan bondowoso), telah diuji dan disahkan oleh fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Pada:

Nama : Muhammad Edo Fiorentino

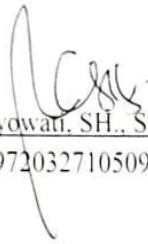
NIM : 1910411169

Hari : Kamis

Tanggal : 27 Juli 2023

Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,



Dr. Trias Setyowati, SH., SE., MM.

NPK : 1972032710509477

Anggota 1



Drs. Akhmad Suharto, MP.

NPK : 1972032710509477

Anggota 2



Tatit Diansari Reskiputri, SE., MM.

NPK : 1990032111703804

Mengesahkan :

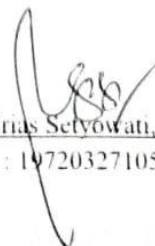
Dekan,



Mahenrika Sari, S.E., MM.

NIP : 197708112005012001

Ketua Program Studi,



Dr. Trias Setyowati, SH., SE., MM.

NPK : 1972032710509477

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah saya dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan jadwal yang telah wempahkan segala nikmat kesehatan , pemahaman , dan kasih - Nya sehingga direncanakan . Dalam kesempatan ini saya ucapkan banyak - banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya :

1. Allah Subhanahu Wata'ala, karena hanya atas izin dan karunianya maka skripsi ini dapat dibuat dan selesai pada waktunya. Puji syukur yang tak terhingga pada Tuhan penguasa alam yang meridhoi dan mengabulkan segala do'a.
2. Orang tua yang sangat saya sayangi serta adik - adik saya yang telah memberikan dukungan moral maupun materi serta do'a yang tiada henti untuk kesuksesan saya, karena tiada kata seindah lantunan do'a dan tiada do'a yang paling khusuk selain do'a yang terucap dari orang tua. Ucapan terimakasih saja takkan pernah cukup untuk membalas kebaikan orang tua, karena itu terimalah persembahan bakti dan cinta ku untuk kalian ayah ibuku.
3. Bapak Drs. Akhmad Suharto, MP. dan Ibu Tatit Diansari Reskiputri, SE., MM. selaku dosen pembimbing dan Ibu Dr. Trias Setyowati, SH., SE., MM. selaku dosen penguji yang selama ini telah tulus dan ikhlas meluangkan waktunya untuk menuntun dan mengarahkan saya, memberikan bimbingan dan pelajaran yang tiada ternilai harganya, agar saya menjadi lebih baik Terimakasih banyak Bapak dan Ibu dosen, jasa kalian akan selalu terpatri di hati.
4. Terimakasih kepada Bapak Budi selaku pemilik UMKM pabrik tahu yang telah memberikan izin untuk saya melakukan penelitian di UMKM tersebut .
5. Terimakasih kepada sahabat GEMPITA VAMOS dan teman - teman seperjuangan.
6. Almamaterku tercinta Universitas Muhammadiyah Jember.

## MOTTO

“Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman diantaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat”

(Qs. Al Mujadilah: 11)

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan yang lain), dan hanya kepada Tuhan-Mulah hendaknya kamu berharap”

(Qs. Al Insiyroh : 6-8)



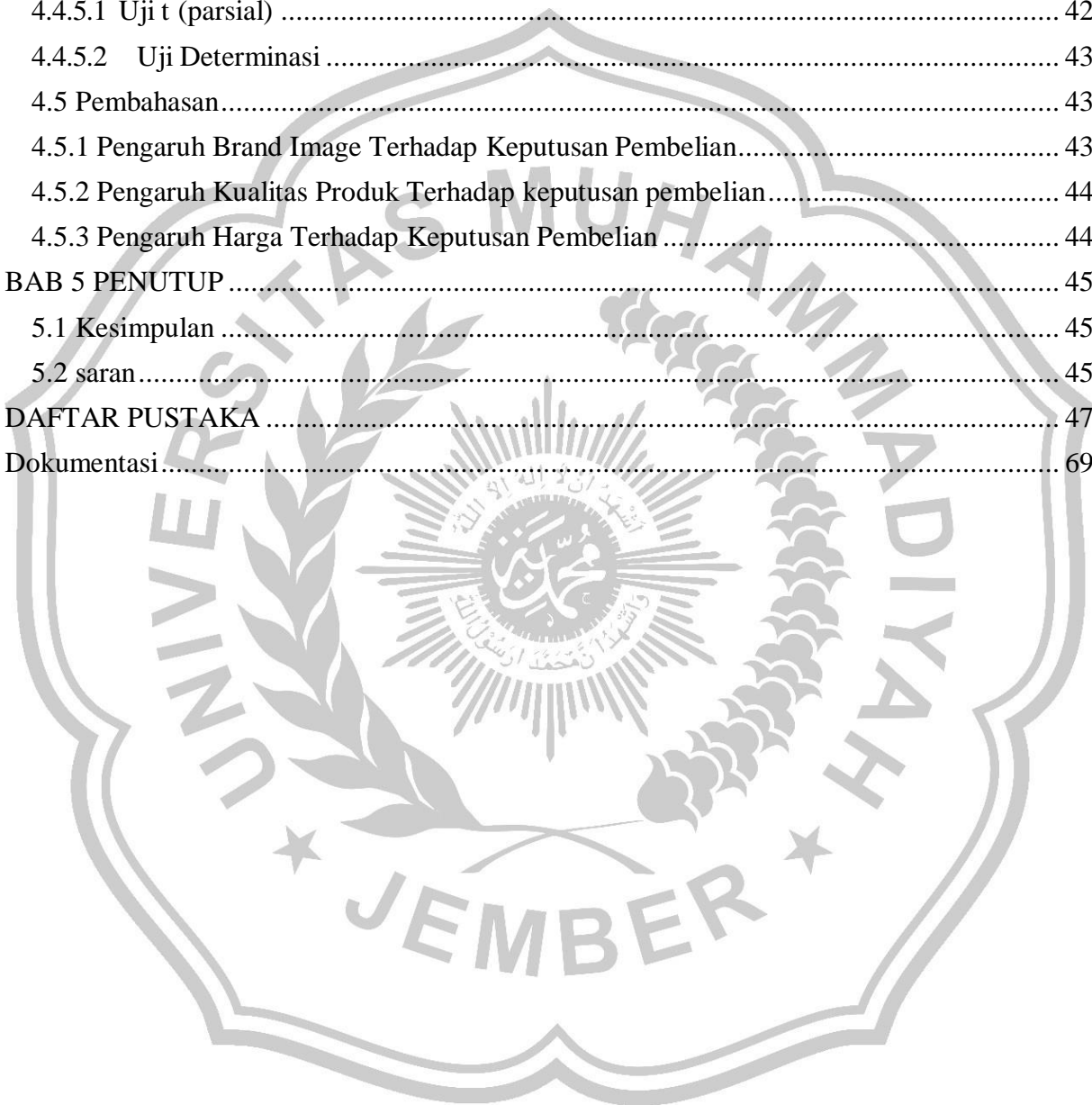
## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
PERNYATAAN .....	i
SKIRIPSI.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
PERSEMBAHAN.....	iv
MOTTO.....	v
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
Penulis .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
Daftar tabel.....	xii
Daftar gambar .....	xiii
Daftar lampiran.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	4
2.1 Tinjauan Teori.....	4
2.1.1 Definisi Pemasaran.....	4
2.1.2 Pengertian Manajemen.....	4
2.1.3 Manajemen Pemasaran .....	5
2.1.4 Brand Image .....	5
2.1.5 Kualitas produk .....	6
2.1.6 Harga.....	8
2.1.7 Keputusan Pembelian.....	8
2.1.8 work sheet .....	9
2.2 Penelitian Terdahulu .....	10
2.3 Kerangka Konseptual .....	14
2.4 Hipotesis Penelitian .....	15
2.4.1 Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian .....	15
2.4.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	15
2.4.3 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	15

BAB 3 METODE PENELITIAN .....	16
3.1 Rancangan/Desain Riset.....	16
3.2 Identifikasi variabel dan Definisi Variabel.....	16
3.2.1 Identifikasi variabel .....	16
3.2.2 Variabel independent (Variabel Bebas) .....	16
3.2.3 Variabel Dependent (Variabel Terikat).....	16
3.3 Definisi Operasional Variabel .....	16
3.3.1 Variabel Independen (bebas).....	16
3.3.2 Variabel Dependent (terikat).....	17
3.4 Populasi dan Sampel.....	18
3.4.1 Populasi.....	18
3.4.2 Sampel.....	18
3.5 Jenis Data .....	19
3.5.1 Data Primer .....	19
3.5.2 Data Sekunder .....	19
3.6 Teknik Analisis Data .....	19
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	19
3.6.1.1 Uji Validitas.....	20
3.6.1.2 Uji Reliabilitas .....	20
3.6.2 Uji Asumsi Klasik .....	21
3.6.2.1 Uji Multikolinearitas .....	21
3.6.2.2 Uji Heteroskedastisitas.....	21
3.6.2.3 Uji Normalitas .....	21
3.6.3 Uji Linier Berganda .....	22
3.6.4.1 Uji parsial (uji t).....	22
3.6.4.3 Uji Determinasi ( $R^2$ ).....	22
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN .....	23
4.1 GAMBARAN UMUM Objek Penelitian.....	23
4.1.1 Sejarah Singkat .....	23
4.1.2 Profil perusahaan .....	24
4.1.3 Struktur organisasi .....	25
4.2 Analisis Deskriptif.....	26
4.2.1 Karakteristik Responden .....	26
4.3 Hasil Penyebaran Kuesioner .....	27
4.4 Analisis Statistik.....	36
4.4.1 Uji Validitas .....	36
4.4.2 Uji Reabilitas .....	37



4.4.3 Uji Asumsi Klasik .....	38
4.4.3.1 Uji multikolinearitas .....	38
4.4.3.2 Uji Heteroskedastisitas.....	39
4.4.3.3 Uji Normalitas .....	40
4.4.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	41
4.4.5 Pengujian Hipotesis .....	42
4.4.5.1 Uji t (parsial) .....	42
4.4.5.2 Uji Determinasi .....	43
4.5 Pembahasan.....	43
4.5.1 Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian.....	43
4.5.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap keputusan pembelian.....	44
4.5.3 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	44
BAB 5 PENUTUP .....	45
5.1 Kesimpulan .....	45
5.2 saran.....	45
DAFTAR PUSTAKA .....	47
Dokumentasi.....	69



## Daftar tabel

	Halaman
TABEL 2. 1 PENELITIAN TERDAHULU .....	10
TABEL 4. 1 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN .....	26
TABEL 4. 2 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN UMUR .....	26
TABEL 4. 3 TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP VARIABEL BRAND IMAGE .....	27
TABEL 4. 4 TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP VARIABEL BRAND IMAGE.....	27
TABEL 4. 5 TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP VARIABEL BRAND IMAGE.....	28
TABEL 4. 6 TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP VARIABEL BRAND IMAGE .....	<b>ERROR!</b>
<b>BOOKMARK NOT DEFINED.</b>	
TABEL 4. 7 TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP VARIABEL KUALITAS PRODUK.....	29
TABEL 4. 8 TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP VARIABEL KUALITAS PRODUK.....	29
TABEL 4. 9 TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP VARIABEL KUALITAS PRODUK.....	30
TABEL 4. 10 TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP VARIABEL KUALITAS PRODUK.....	30
TABEL 4. 11 TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP VARIABEL KUALITAS PRODUK.....	31
TABEL 4. 12 TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP VARIABEL HARGA .....	31
TABEL 4. 13 TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP VARIABEL HARGA .....	32
TABEL 4. 14 TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP VARIABEL HARGA .....	32
TABEL 4. 15 TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP VARIABEL HARGA .....	32
TABEL 4. 16 TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN .....	33
TABEL 4. 17 TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN .....	33
TABEL 4. 18 TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN .....	34
TABEL 4. 19 TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN .....	34
TABEL 4. 20 TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN.....	35
TABEL 4. 21 HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL CITRA MEREK (BRAND IMAGE).....	36
TABEL 4. 22 HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL KUALITAS PRODUK .....	36
TABEL 4. 23 HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL HARGA .....	36
TABEL 4. 24 HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN .....	37
TABEL 4. 25 HASIL UJI REABILITAS .....	37
TABEL 4. 26 HASIL UJI MULTIKOLINEARITAS .....	38
TABEL 4. 27 HASIL UJI NORMALITAS KOLMOGROV-SMIRNOV .....	40
TABEL 4. 28 HASIL UJI REGRESI BERGANDA.....	41
TABEL 4. 29 HASIL UJI T .....	42
TABEL 4. 30 HASIL UJI DETERMINASI .....	43

## Daftar gambar

	Halaman
GAMBAR 1.1 KONSUMSI TAHU PER KAPITA PER BULAN .....	1
GAMBAR 2. 1 KERANGKA KONSEPTUAL .....	14
GAMBAR 4. 1 STRUKTUR ORGANISASI.....	25
GAMBAR 4. 2 UJI HETEROKEDASTISITAS .....	39



## Daftar lampiran

	Halaman
LAMPIRAN 1 .....	49
LAMPIRAN 2 .....	52
LAMPIRAN 3 .....	61
LAMPIRAN 4 .....	65
LAMPIRAN 5 .....	66
LAMPIRAN 6 .....	67
LAMPIRAN 7 .....	68

