

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PEMPEK LALA PALEMBANG**



LAPORAN AKHIR

**Dibuat Untuk Memenuhi Syarat Menyelesaikan Pendidikan Diploma III
Pada Program Studi Administrasi Bisnis Jurusan Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

OLEH:

**SEVIRA DWI PUTRI
061930601559**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
2022**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PEMPEK LALA PALEMBANG**



LAPORAN AKHIR

**Dibuat Untuk Memenuhi Syarat Menyelesaikan Pendidikan Diploma III
Pada Program Studi Administrasi Bisnis Jurusan Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

OLEH:

**SEVIRA DWI PUTRI
061930601559**

Menyetujui,

Pembimbing I

**Dr. Dewi Fadila, S.E., M.M
NIP 197504212001122001**

**Palembang, Agustus 2022
Pembimbing II**

**Yahya, S.E., M.Si
NIP 195805081990031002**

Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Bisnis

**Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB
NIP 197602222002121001**

**Koordinator Prodi Jurusan
D-III Administrasi Bisnis**

**Fetty Maretha, S.E., M.M.
NIP 198203242008012009**



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
Jalan Srijaya Negara Palembang 30139
Telepon 0711-353414 Fax. 0711-355918
Website: www.polsriwijaya.ac.id Email: info@polsri.ac.id



SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sevira Dwi Putri
NIM : 061930601559
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/DIII Administrasi Bisnis
Judul Laporan Akhir : Pengaruh Kualitas Produk Dan *Brand Image* Terhadap
Keputusan Pembelian Pada Pempek Lala Palembang

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut diatas berserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri.
2. Laporan Akhir ini bukanlah plagiat/salinan Laporan Akhir milik orang lain.
3. Apabila Laporan Akhir saya plagiat/menyalin Laporan Akhir milik orang lain maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan Laporan Akhir berserta konsekuensinya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Palembang, Agustus 2022

Yang membuat pernyataan,



Sevira Dwi Putri
NPM 061930601559

LEMBAR PENGESAHAN

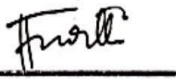
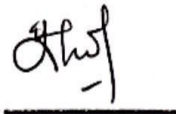

Nama : Sevira Dwi Putri
NIM : 061930601559
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/DIII Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Pengaruh Kualitas Produk Dan *Brand Image*
Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pempek
Lala Palembang

Telah dipertahakan dihadapan Dewan Penguji Laporan Akhir
Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi DIII Administrasi Bisnis
dan dinyatakan LULUS

Pada Hari : Jumat

Tanggal : 29 Juli 2022

TIM PENGUJI

No.	Nama Penguji	Tanda Tangan	Tanggal
1	<u>Dr. Dewi Fadila.,SE.,MM</u> Ketua Penguji		<u>15/8 - 2022</u>
2	<u>Elisa, S.E., M.Si</u> Anggota Penguji		<u>16/8 - 2022</u>
3	<u>Dr. Paisal, S.E., M.Si</u> Anggota Penguji		<u>15/8 - 2022</u>

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

“Orang yang hebat adalah orang yang memiliki kemampuan menyembunyikan kesusahan, sehingga orang lain mengira bahwa ia selalu senang.” – Imam Syafi’i

**Jika kami berbuat baik berarti kamu berbuat baik untuk dirimu sendiri.
Dan jika kamu berbuat jahat, maka kejahatan itu untuk dirimu sendiri.
(QS. Al-Isra’: 7)**

Penulis persembahkan kepada :

- Kedua Orang Tua dan Saudara/i**
- Dosen Jurusan Administrasi Bisnis**
- Teman-Teman Kelas 6NF**
- Almamater Politeknik Negeri Sriwijaya**
- Pempek Lala Palembang**

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan akhir yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pempek Lala Palembang”**. Tujuan pembuatan laporan akhir ini untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan Pendidikan Diploma III (DIII) Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

Laporan Akhir ini membahas tentang Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pempek Lala Palembang. Data-data yang diperoleh dari hasil wawancara, kuesioner, dan studi pustaka. Penulis menyadari laporan ini terdapat banyak kekurangan dan kekeliruan dalam penulisan dan penyajiannya. Untuk itu penulis dengan kerendahan hati menerima kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan laporan akhir ini. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih atas bantuan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyelesaikan penyusunan laporan akhir ini khususnya Pempek Lala Palembang serta dosen pembimbing Laporan Akhir di Jurusan Administrasi Bisnis. Semoga laporan ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan mahasiswa jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis di masa yang akan datang.

Palembang, 15 Agustus 2022



Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberi rahmat dan karunia-Nya serta Nabi besar Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan kerja Praktek ini dengan baik. Penulis menyadari bahwa laporan ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bimbingan, petunjuk, masukan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu Penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan ini khususnya kepada:

1. Bapak Dr. Ing. Ahmad Taqwa, M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Bapak Heri Setiawan, S.E., M.AB., selaku ketua jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Ibu Dr. Marieska Lupikawaty, S.E., M.M., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Fetty Maretha, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi D3 Administrasi Bisnis.
5. Dr. Dewi Fadila.,SE.,MM selaku Pembimbing I yang telah memberikan motivasi, membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
6. Yahya,S.E., M.Si selaku Pembimbing II yang telah memberikan motivasi, membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
7. Seluruh Dosen dan Karyawan di Jurusan Administrasi Bisnis.
8. Ibu Nyimas Fadilah selaku pemilik dari Pempek Lala Palembang.
9. Bapak Firmansyah selaku Manager Pempek Lala Palembang.
10. Seluruh Konsumen pada Pempek Lala Palembang.
11. Orang tua, saudara/I dan keluarga besar penulis yang senantiasa mendoakan dan memberikan bantuan baik moril maupun materil serta selalu mencurahkan kasih dan sayangnya untuk penulis.

12. Teman-teman seperjuangan penulis yang telah membantu memberikan saran dan mendukung yaitu Carin Florensia, Almuhalia Rahmadany, Soraya Magfirah, M. Wira Pratama, M. Akmal, M. Three Noprian, Raissa Maharani, Sabrina Mafira S, Nazulatul Mufidah, Putri Sri Ayu Wulandari dan Yansyah Dwi Safta.
13. Partner terbaik saya Muhammad Deva Anil Pasyah yang telah memberikan semangat, dorongan dan motivasi kepada penulis selama proses menyelesaikan Laporan Akhir.

Semoga bantuan dan jerih payah dari semua pihak akan dibalas dan mendapat berkah dari Allah SWT. Akhir kata, penulis berharap semoga Laporan Akhir ini dapat bermanfaat dan dapat digunakan dengan sebaik-baiknya.

Palembang, 15 Agustus 2022



Sevira Dwi Putri

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PEMPEK LALA PALEMBANG

Oleh:

Sevira Dwi Putri

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan *brand image* terhadap keputusan pembelian pada Pempek Lala Palembang. Metode pengumpulan data yang digunakan ialah wawancara, kuesioner, dan riset kepustakaan jumlah populasi sebanyak 622 orang konsumen dan sampel berjumlah 86 orang konsumen. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Non Probability Sampling*. Penulis menggunakan teknik analisis kualitatif dan kuantitatif. Berdasarkan hasil SPSS, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk dan *brand image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Pempek Lala Palembang. Besarnya pengaruh kualitas produk dan *brand image* terhadap keputusan pembelian pada Pempek Lala Palembang adalah 83,8% dengan hasil korelasi 0,916 yang berarti adanya hubungan yang kuat antara ketiga variabel tersebut. Berdasarkan persamaan regresi linier berganda $Y = -0,221 + 0,538X_1 + 0,404X_2$ menyatakan bahwa setiap kenaikan variabel kualitas produk maka variabel keputusan pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 0,538 atau 53,8% dan setiap kenaikan variabel *brand image* sebesar maka variabel keputusan pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 0,404 atau 40,4%. Penulis menyarankan perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk dengan meningkatkan rasa dari pempek itu sendiri, membuat pempek dengan komposisi yang lebih pas lagi, menambahkan menu pempek yang lebih banyak lagi, dan mempertahankan citra merek yang positif seperti harga yang murah, dan pelayanan yang ramah. Guna untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen pada Pempek Lala Palembang.

Kata Kunci: *Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Brand Image*

ABSTRACT

PENGARUH KESELAMATAN DAN KESEHATAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT PELABUHAN TANJUNG PRIOK CABANG PALEMBANG

By:

Sevira Dwi Putri

This study aims to determine the effect of product quality and brand image on purchasing decisions at Pempek Lala Palembang. The data collection methods used are interviews, questionnaires, and library research. The population is 622 consumers and the sample is 86 consumers. The sampling technique used is Non Probability Sampling. The author uses qualitative and quantitative analysis techniques. Based on the results of SPSS, it can be concluded that product quality and brand image variables affect purchasing decisions at Pempek Lala Palembang. The magnitude of the influence of product quality and brand image on purchasing decisions at Pempek Lala Palembang is 83.4% with a correlation result of 0.916 which means there is a strong relationship between the three variables. Based on the multiple linear regression equation $Y = -0.221 + 0.538X_1 + 0.404X_2$ states that for every increase in the product quality variable, the purchasing decision variable will experience an increase of 0.538 or 53.8% and for every increase in the brand image variable, the purchasing decision variable will increase by 0.404 or 40.4%. The author suggests companies to improve product quality by improving the taste of pempek itself, making pempek with a more suitable composition, adding more pempek menus, and maintaining a positive brand image such as low prices, and friendly service. In order to improve consumer purchasing decisions at Pempek Lala Palembang.

Keywords: *Purchase Decision, Product Quality, Brand Image*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PEGESAHAN PENGUJI	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan	5
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Tujuan	5
1.4.2 Manfaat	5
1.5 Metodologi Penelitian	6
1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian	6
1.5.2 Jenis dan Sumber Data	6
1.5.3 Definisi Operasional Variabel	7
1.5.4 Metode Pengumpulan Data	7
1.5.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	8
1.5.6 Teknik Analisis Data	10

1.5.7 Uji Validitas dan Reabilitas	10
1.5.8 Teknik Pengolahan Data	11
1.5.8.1 Regresi Linier Berganda	13
1.5.8.2 Uji T (Parsial)	13
1.5.8.3 Uji F (Stimultan)	14
1.5.8.4 Koefisien Korelasi	14
1.5.8.5 Koefisien Determinasi	15
1.5.9 Skala Pengukuran	15

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kualitas Produk	16
2.1.1 Pengertian Produk	16
2.1.2 Pengertian Kualitas Produk	16
2.1.3 Dimensi Kualitas Produk	16
2.2 <i>Brand Image</i>	17
2.2.1 Pengertian <i>Brand</i> (Merek)	17
2.2.2 Pengertian <i>Brand Image</i> (Citra Merek)	18
2.2.3 Manfaat <i>Brand Image</i>	18
2.2.4 Dimensi <i>Brand Image</i>	20
2.3 Keputusan Pembelian	21
2.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian	21
2.3.2 Proses Keputusan Pembelian	21

BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 Sejarah Singkat Perusahaan	23
3.2 Visi, Misi, dan Tujuan Perusahaan	23
3.3 Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas	24
3.4 Jumlah Karyawan	26
3.5 Jumlah Pengunjung	26
3.6 Profil Responden	27
3.7 Rekapitulasi Jawaban Responden	29

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	33
4.1.1 Hasil Uji Validitas	33
4.1.2 Hasil Uji Reliabilitas	37
4.1.3 Uji Parsial (Uji t)	38
4.1.4 Uji F (Uji Simultan)	39

4.1.5 Uji Koefisien Korelasi	41
4.1.6 Uji Koefisien Determinasi	42
4.1.7 Analisis Regresi Linier Berganda	43
4.2 Pembahasan	45
4.2.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Pempek Lala Palembang	45
4.2.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian pada Pempek Lala Palembang	46
4.2.2 Pengaruh Kualitas produk dan <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian pada Pempek Lala Palembang pada Pempek Lala Palembang	47

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	49
5.2 Saran	49

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran	12
Gambar 3.1 Stuktur Organisasi Pempek Lala	24

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Daftar Harga dan Menu Pempek Lala	3
Tabel 1.2 Operasional Variabel Penelitian	7
Tabel 1.3 Skala Pengukuran Likert	15
Tabel 3.1 Data Jumlah Karyawan Pempek Lala	26
Tabel 3.2 Data Jumlah Pengunjung Pempek Lala	27
Tabel 3.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	27
Tabel 3.4 Responden Berdasarkan Umur	28
Tabel 3.5 Responden Berdasarkan Pendidikan	28
Tabel 3.6 Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	29
Tabel 3.7 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk (X1)	29
Tabel 3.8 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel <i>Brand</i> <i>Image</i> (X2)	31
Tabel 3.9 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)	31
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1)	34
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i> (X2)	35
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	36
Tabel 4.4 Hasil Uji Reabilitas	37
Tabel 4.5 Hasil Uji Parsial (Uji t)	38
Tabel 4.6 Hasil Uji Simultan (Uji F)	40
Tabel 4.7 Dasar Intrepretasi Nilai R	41
Tabel 4.8 Model Summary Korelasi	42
Tabel 4.9 Model Summary Determinasi	43
Tabel 4.10 Coefficients	44

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lembar Rekomendasi Laporan Akhir
2. Lembar Kesepakatan Bimbingan Pembimbing I
3. Lembar Kesepakatan Bimbingan Pembimbing II
4. Lembar Konsultasi Bimbingan Pembimbing I
5. Lembar Konsultasi Bimbingan Pembimbing II
6. Surat Izin Permohonan Pengambilan Data
7. Surat Balasan Izin Pengambilan Data
8. Lembar Kunjungan Mahasiswa ke Perusahaan
9. Hasil Wawancara
10. Kuesioner
11. Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden
12. Tabel r, Tabel t, dan Tabel F
13. Hasil Perhitungan SPSS
14. Lembar Persetujuan Proposal Akhir
15. Lembar Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
16. Lembar Tanda Persetujuan Laporan Akhir
17. Lembar Revisi Laporan Akhir