

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PENGETAHUAN PRODUK,
INOVASI PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK SHARP DI MALL OF INDONESIA**

SKRIPSI

MUHAMAD AYUB SETIAWAN

21150000124



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2020**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PENGETAHUAN PRODUK,
INOVASI PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SHARP
(Studi Kasus pada Ruko Sharp di Mall of Indonesia)**

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi Strata-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) – Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari skripsi yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jakarta, ~~26~~ Februari 2020



Muhamad Ayub Setiawan

NPK : 21150000124

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Karya ilmiah dengan judul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PENGETAHUAN PRODUK, INOVASI PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SHARP DI MALL OF INDONESIA

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Karya Ilmiah ini ditulis di bawah bimbingan Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc. dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai karya ilmiah pada Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 17 April 2020

Pembimbing,

Kepala Program Studi S-1 Manajemen


Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc..


Drs. Sumitro, MSc





HALAMAN PENGESAHAN

Karya ilmiah dengan judul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PENGETAHUAN PRODUK, INOVASI PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SHARP DI MALL OF INDONESIA

telah diuji dalam suatu sidang Karya Ilmiah yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi pada tanggal 17 April 2020 dengan nilai A

Panitia Ujian Karya ilmiah

1. ; Drs. Sumitro, MSc
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2. ; Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc.
(Pembimbing)
3. ; Drs. Jusuf Haryanto, M.Sc
(Anggota Penguji)
4. ; Asep Saefurahman, SE, MSi.
(Anggota Penguji)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas ke hadirat Allah SWT berkat karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan karya ilmiah yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Karya ilmiah ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc. selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu dalam memberikan petunjuk dan koreksi atas penelitian skripsi ini.
2. Bapak Drs. Jusuf Haryanto, M.Sc dan Asep Saefurahman, SE, MSi. selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs Ridwan Maronrong, M.Sc., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
4. Bapak Dr. Anhar, M.Sc., SE., Ak., CA selaku Kepala Departemen Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
5. Bapak Drs. Sumitro, MSc selaku Kepala Prodi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
6. Seluruh dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah memberikan ilmu Manajemen dan ilmu penunjang lainnya.
7. Pihak SHARP Electronic Kelapa Gading Jakarta yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang peneliti perlukan.
8. Kedua orang tua peneliti yang telah memberikan dukungan, doa dan motivasi agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Bapak acyat nurdin dan seluruh karyawan Sharp Electronic kelapa gading yang telah banyak membantu dalam memperoleh data yang peneliti yang diperlukan.
10. Teman seperjuangan dalam menyelesaikan skripsi ini (Akbar, Adit, Tubagus,

Algerio, Alvin, Putri, Dela, Ria) dan juga kepada teman kelas 4B manajemen selama menjalani masa kuliah selama 4 tahun kebelakang ini.

11. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam karya ilmiah ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan karya ilmiah ini.

Jakarta, April 2020

MUHAMAD AYUB SETIAWAN

NPM 21150000124

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : MUHAMAD AYUB SETIAWAN
NPM : 21150000124
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PENGETAHUAN PRODUK, INOVASI PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SHARP DI MALL OF INDONESIA

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan Karya Ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 17 April 2020

Yang menyatakan,

Handwritten signature of Muhamad Ayub Setiawan in black ink, with the letters 'ttd' written above it.

Muhamad Ayub Setiawan

Muhamad Ayub Setiawan
NPM : 21150000124
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing :
Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc.

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PENGETAHUAN PRODUK,
INOVASI PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK SHARP DI MALL OF INDONESIA**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, pengetahuan produk, inovasi produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk Sharp pada Ruko Sharp di Mall of Indonesia.

Penelitian dilakukan pada Ruko Sharp di Mall of Indonesia dengan menggunakan metode kuantitatif, dengan jumlah sampel penelitian diambil berdasarkan rumus Moe sebanyak 97 orang. Data dihimpun melalui instrumen dalam bentuk lembar pernyataan dengan model skala *likert* yang telah diuji coba. Untuk memecahkan masalah penulis menggunakan dua metode pengumpulan data yaitu, pertama metode pengumpulan data berupa data lapangan (*field research*) dan data perpustakaan. Kedua metode analisis data menggunakan analisis korelasi dan regresi baik parsial maupun simultan.

Berdasarkan hasil dan pembahasan menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh positif signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Sharp pada Ruko Sharp di Mall of Indonesia dan kontribusi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Sharp sebesar 45,2% ; secara parsial terdapat pengaruh positif signifikan pengetahuan produk terhadap keputusan pembelian produk Sharp pada Ruko Sharp di Mall of Indonesia dan kontribusi pengaruh pengetahuan produk terhadap keputusan pembelian produk Sharp sebesar 20,2% ; secara parsial terdapat pengaruh positif signifikan inovasi produk terhadap keputusan pembelian produk Sharp pada Ruko Sharp di Mall of Indonesia dan kontribusi pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian produk Sharp sebesar 43,6% ; secara parsial terdapat pengaruh positif signifikan citra merek terhadap keputusan pembelian produk Sharp pada Ruko Sharp di Mall of Indonesia dan kontribusi pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk Sharp sebesar 28,6% serta secara simultan terdapat pengaruh positif signifikan kualitas produk, pengetahuan produk, inovasi produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk Sharp pada Ruko Sharp di Mall of Indonesia dan kontribusi pengaruh kualitas produk, pengetahuan produk, inovasi produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk Sharp sebesar 81,9%.

***Kata kunci : Kualitas produk, pengetahuan produk, inovasi produk,
citra merek, keputusan pembelian***

Muhamad Ayub Setiawan
NPM : 21150000124
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing :
Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc.

EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRODUCT KNOWLEDGE, PRODUCT INNOVATION AND BRAND IMAGES ON DECISIONS FOR PURCHASES OF SHARP PRODUCTS AT MALL OF INDONESIA

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the influence of product quality, product knowledge, product innovation and brand image on the decision to purchase Sharp products at the Ruko Sharp di Mall of Indonesia.

The study was conducted at the Ruko Sharp di Mall of Indonesia using quantitative methods, with the number of research samples taken based on the Moe formula of 97 people. Data collected through instruments in the form of statement sheets with a Likert scale model that has been tested. To solve the problem the author uses two methods of data collection namely, the first method of collecting data in the form of field data (field research) and library data. Both data analysis methods use correlation analysis and regression both partial and simultaneous.

Based on the results and discussion shows that partially there is a significant positive effect on product quality on the decision to purchase Sharp products at the Ruko Sharp di Mall of Indonesia and the contribution of the influence of product quality on the decision to purchase Sharp products by 45.2%; partially there is a significant positive effect of product knowledge on the decision to purchase Sharp products at Ruko Sharp di Mall of Indonesia and the contribution of the influence of product knowledge on the decision to purchase Sharp products by 20.2%; partially there was a significant positive influence on product innovation on the decision to purchase Sharp products at Ruko Sharp di Mall of Indonesia and the contribution of product innovation on the decision to purchase Sharp products was 43.6%; partially there is a significant positive effect of brand image on the decision to purchase Sharp products at Ruko Sharp di Mall of Indonesia and the contribution of brand image to the decision to purchase Sharp products by 28.6% and simultaneously there is a significant positive effect on product quality, product knowledge, product innovation and brand image on the decision to purchase Sharp products at Ruko Sharp di Mall of Indonesia and the contribution of the influence of product quality, product knowledge, product innovation and brand image on the decision to purchase Sharp products by 81.9%.

Keywords: Product quality, product knowledge, product innovation, brand image, purchase decision

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu.....	10
2.2. Landasan Teori.....	15
2.2.1. Pemasaran dan manajemen pemasaran	15
2.2.2. Kualitas produk	17
2.2.3. Pengetahuan produk	20
2.2.4. Inovasi produk.....	21
2.2.5. Citra merek.....	26
2.2.6. Keputusan pembelian.....	30
2.3. Hubungan antar Variabel Penelitian	35

	Halaman
2.3.1. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.....	35
2.3.2. Pengaruh pengetahuan produk terhadap keputusan pembelian.....	36
2.3.3. Pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian.....	36
2.3.4. Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian.....	38
2.4. Pengembangan Hipotesis Penelitian	38
2.5. Kerangka Konseptual Penelitian.....	38
BAB III METODA PENELITIAN	40
3.1. Strategi Penelitian	40
3.2. Populasi dan Sampel	40
3.2.1. Populasi penelitian.....	40
3.2.2. Sampel penelitian	40
3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data.....	43
3.4. Operasionalisasi Variabel.....	44
3.5. Metoda Analisis Data.....	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	52
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian.....	52
4.2. Deskripsi Responden.....	53
4.3. Deskripsi Data.....	54
4.4. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian.....	57
4.4.1. Uji validitas	57
4.4.2. Uji reliabilitas.....	59
4.5. Analisis Statistik Data	60
4.5.1. Analisis koefisien determinasi	60
4.5.2. Pengujian hipotesis	65
4.6. Temuan Hasil Penelitian	68

	Halaman
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	74
5.1. Simpulan	74
5.2. Saran.....	75
5.3. Keterbatasan dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya.....	76
 DAFTAR REFERENSI	 77
LAMPIRAN.....	80

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Top Brand Home Theater.....	2
Tabel 1.2. Top Brand Lemari Es.....	2
Tabel 1.1. Top Brand Televisi LCD.....	3
Tabel 1.1. Top Brand Air Conditioner	3
Tabel 1.1. Top Brand Mesin Cuci.....	3
Tabel 1.1. Penjualan Produk Sharp di PT Sharp Electronics Indonesia Sales & Marketing tahun 2014-2018	4
Tabel 2.1. Review Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 3.1. Bobot Nilai Skala Likert	43
Tabel 3.3. Variabel dan Indikator Penelitian.....	45
Tabel 4.1. Data Karakteristik Responden.....	53
Tabel 4.2. Hasil Keseluruhan Uji Validitas	58
Tabel 4.3. Hasil Keseluruhan Uji Realibilitas.....	59
Tabel 4.4. Koefisien Determinasi Parsial Variabel Kualitas Produk (X_1) dan Variabel Keputusan Pembelian Produk Sharp (Y).....	60
Tabel 4.5. Koefisien Determinasi Parsial Variabel Pengetahuan Produk (X_2) dan Variabel Keputusan Pembelian Produk Sharp (Y).....	61
Tabel 4.6. Koefisien Determinasi Parsial Variabel Inovasi Produk (X_3) dan Variabel Keputusan Pembelian Produk Sharp (Y).....	62
Tabel 4.7. Koefisien Determinasi Parsial Variabel Citra Merek (X_4) dan Variabel Keputusan Pembelian Produk Sharp (Y).....	60
Tabel 4.8. Koefisien Korelasi dan Determinasi Simultan Kualitas Produk (X_1), Variabel Pengetahuan Produk (X_2), Variabel Inovasi Produk (X_3), dan Variabel Citra Merek (X_4) dan Variabel Keputusan Pembelian Produk Sharp (Y)	64
Tabel 4.9. Pengujian Hipotesis Parsial Variabel Kualitas Produk (X_1), Variabel Pengetahuan Produk (X_2), Variabel Inovasi Produk (X_3), dan Variabel Citra Merek (X_4) dan Variabel Keputusan Pembelian Produk Sharp (Y)	65
Tabel 4.10. Pengujian Hipotesis Simultan Variabel Kualitas Produk (X_1), Variabel Pengetahuan Produk (X_2), Variabel Inovasi Produk (X_3), dan Variabel Citra Merek (X_4) dan Variabel Keputusan Pembelian Produk Sharp (Y)	67
Tabel 4.11. Matriks Hasil Penelitian.....	68

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Lima Tingkat Produk	18
Gambar 2.2 Proses Keputusan Pembelian	31
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual Penelitian	39
Gambar 4.1 Diagram Skala Likert Variabel Kualitas Produk	55
Gambar 4.2 Diagram Skala Likert Variabel Pengetahuan Produk	55
Gambar 4.3 Diagram Skala Likert Variabel Inovasi Produk	56
Gambar 4.4 Diagram Skala Likert Variabel Citra Merek	56
Gambar 4.5 Diagram Skala Likert Variabel Keputusan Pembelian Produk Sharp	57

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	80
Lampiran 2. Tabulasi Uji Coba Variabel Kualitas Produk (X_1).....	85
Lampiran 3. Tabulasi Uji Coba Variabel Pengetahuan Produk (X_2).....	86
Lampiran 4. Tabulasi Uji Coba Variabel Inovasi Produk (X_3)	87
Lampiran 5. Tabulasi Uji Coba Variabel Citra Merek (X_4)	88
Lampiran 6. Tabulasi Uji Coba Variabel Keputusan Pembelian (Y)	89
Lampiran 7. Tabulasi Data Berpasangan.....	90
Lampiran 8. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X_1)	91
Lampiran 9. Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan Produk (X_2).....	92
Lampiran 10. Hasil Uji Validitas Variabel Inovasi Produk (X_3).....	93
Lampiran 11. Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (X_4).....	94
Lampiran 12. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	95
Lampiran 13. Hasil Uji Realibilitas Uji Cronbach Alpha.....	97
Lampiran 14. Tabulasi Kuesioner Variabel Kualitas Produk (X_1).....	99
Lampiran 15. Tabulasi Kuesioner Variabel Pengetahuan Produk (X_2).....	102
Lampiran 16. Tabulasi Kuesioner Variabel Inovasi Produk (X_3).....	105
Lampiran 17. Tabulasi Kuesioner Variabel Citra Merek (X_4)	108
Lampiran 18. Tabulasi Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian (Y)	111
Lampiran 19. Tabulasi Uji Coba Data Berpasangan	114
Lampiran 20. Hasil Output SPSS (Deskripsi Data).....	117
Lampiran 21. Hasil Output SPSS (Koefisien Determinasi Parsial).....	118
Lampiran 22. Hasil Output SPSS (Koefisien Determinasi Simultan).....	119
Lampiran 23. Surat Keterangan Riset.....	120
Lampiran 24. Daftar Riwayat Hidup Peneliti.....	121