

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PASTA GIGI PEPSODENT
(Studi Kasus pada Santriwati Pondok Pesantren Avissina Kediri)**

SKRIPSI

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh :

RATNA DWITA MAYA

NIM : 9313 030 14

**JURUSAN EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS SYARI'AH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)**

KEDIRI

2019

ABSTRAK

RATNA DWITA MAYA, Dosen Pembimbing: Dr. Hj. Zuraidah, S.Si, M.Si., Ali Samsuri, M.EI: PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PASTA GIGI PEPSODENT (Studi Kasus pada Santriwati Pondok Pesantren Avissina Kediri), Ekonomi Syari'ah, Syari'ah, IAIN Kediri, 2018.

Kata kunci : Kualitas Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian

Pengetahuan merupakan representasi kognitif dari produk, merk, dan aspek-aspek lingkungan lainnya yang disimpan dalam ingatan. Motivasi dapat diartikan sebagai pemberi daya penggerak yang menciptakan kegairahan seseorang agar mereka mau bekerjasama, bekerja efektif, dan terintegrasi dengan segala upayanya untuk mencapai kepuasan. Pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah: (1) Untuk mengetahui kualitas produk pasta gigi Pepsodent. (2) Untuk mengetahui citra merek pasta gigi Pepsodent. (3) Untuk mengetahui keputusan pembelian pasta gigi Pepsodent. (4) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pasta gigi Pepsodent. (5) Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pasta gigi Pepsodent. (6) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian pasta gigi Pepsodent..

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif. Sumber data diperoleh dari hasil angket yang disebarakan pada 145 santriwati pondok pesantren Avissina Kediri. Analisis dilakukan dengan cara pengujian validitas dan realibilitas, deskriptif, asumsi klasik, korelasi, regresi, dan uji t.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa uji pada variabel kualitas produk (X1) dan citra merek (X2) berpengaruh secara signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y) pasta gigi Pepsodent pada santriwati pondok pesantren Avissina Kediri. Hal ini dapat diketahui pada perhitungan menggunakan SPSS 21

dengan uji korelasi *pearson* ganda memperoleh nilai signifikansi *F change* sebesar $0,000 < 0,05$ maka variabel kualitas produk (X1) dan citra merek (X2) secara bersama-sama berhubungan dengan variabel keputusan pembelian (Y). Pada nilai derajat hubungan R diketahui sebesar 0,640 yang artinya berkorelasi kuat. Kemudian pengujian dengan regresi linier berganda di dapatkan hasil $Y = 1,952X_1 + 0,311X_2$.

Pada Uji F dalam penelitian menunjukkan bahwa $F_{hitung} = 58,090 > F_{tabel} = 3,09$ dengan nilai signifikan 0,000, berdasarkan perhitungan tersebut, maka H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima. Sehingga hipotesis yang ketiga berbunyi “Terdapat pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian pasta gigi Pepsodent pada santriwati pondok pesantren Avissina Kediri” adalah terbukti kebenarannya. Pengujian terakhir dengan melakukan uji determinasi guna mengetahui adanya pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pasta gigi Pepsodent. Hasil yang diperoleh dengan bantuan SPSS 21 nilai determinasi (R^2) sebesar 0,548 atau 54,8%. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan citra merek berpengaruh sebesar 54,8% terhadap keputusan pembelian pasta gigi Pepsodent pada santriwati pondok pesantren Avissina Kediri. Sedangkan sisanya sebesar 45,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.