

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP PREFERENSI MEREK
PADA DUM DUM THAI TEA DI KELAPA GADING**

Oleh:

Nama : Tommy Pratama

Nim : 22140026

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat

untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

Februari 2018

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

PENGESAHAN

(C) **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP PREFERENSI MEREK
PADA DUM DUM THAI TEA DI KELAPA GADING**

Diajukan oleh

Nama : Tommy Pratama

Nim : 22140026

Jakarta, 20 Februari 2018

Disetujui oleh:

Pembimbing,



(Dr. Bilson Simamora)

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRAK

Tommy Pratama / 22140026 / 2018 / Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Preferensi Merek Pada Dum Dum Pada Dum Dum Authentic Thai Tea Mall Kelapa Gading, Jakarta / Dr. Bilson Simamora.

Pertumbuhan industri makanan dan minuman semakin tinggi di era modern ini. Kebutuhan masyarakat akan minuman semakin bervariasi. Kontribusi industri makanan dan minuman mencapai 5,5 persen produk domestik bruto nasional. Dengan situasi persaingan usaha minuman yang semakin ketat, kualitas dan citra merek merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi preferensi merek pada konsumen. Penelitian ini ditujukan untuk mengonfirmasi premis tersebut.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas produk, citra merek, dan preferensi merek. Selain itu, juga diuraikan pengaruh dari kualitas produk dan citra merek terhadap preferensi merek.

Objek penelitian ini adalah Dum Dum Authentic Thai Tea di Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, uji normalitas, dan analisis regresi berganda. Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuisioner kepada 77 sampel pelanggan Dum Dum Authentic Thai Tea di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie Jakarta Utara. Penarikan sampel dilakukan dengan cara *non probability sampling* dengan teknik *judgement sampling*.

Penelitian menunjukkan bahwa responden menilai kualitas produk, citra merek, dan preferensi merek sudah baik. Dengan pengertian, responden menilai merek Dum Dum lebih dikenal dalam industri minuman dibanding merek lainnya.

Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas produk dan citra merek terbukti berpengaruh secara positif terhadap preferensi merek pada *Dum Dum Authentic Thai Tea* di Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara.

ABSTRACT

Tommy Pratama / 22140026 / 2018 / The Effect of Product Quality and Brand Image on Brand Preference Dum Dum Authentic Thai Tea in Kelapa Gading Mall, North Jakarta / Dr. Bilson Simamora

The growth of the food and beverage industry is increasingly high in this modern era. The needs of the community will be more varied. The contribution of the food and beverage industry reaches 55 percent of the national gross domestic product. In the increasingly fierce beverage competition, quality and brand image is one of the factors affecting brand preference to consumer.

The theories used to support this research are product quality, brand image, and brand preference. In addition, the theory used also traces the effect of product quality and brand image on brand preference.

The object of this research is Dum Dum Authentic Thai Tea at Kelapa Gading Mall, North Jakarta. The method used in this research are descriptive analysis, normality test, and multiple regression analysis. Data was collected, distributed questionnaires to 77 samples of Dum Dum Authentic Thai Tea customers at Kwik Kian Gie Institute of Business and Informatics, North Jakarta. The method of sample is non probability sampling with judgement sampling technique.

Research shows respondents asses product quality, brand image, and brand preference is good. Respondents asses the brand of Dum Dum better known in the beverage industry than other brands.

The result is product quality and brand image proved positively affect brand preference at Dum Dum Authentic Thai Tea at Kelapa Gading Mall, North Jakarta.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

KATA PENGANTAR

©

Skripsi

IBIKK

(Institut

Bisnis

dan Informatika

Kwik Kian Gie)

Ha

Cipta

Dilindungi

Urfang

dan dan

peneliti

baik

berupa

penjelasan

bimbingan

pengarahan

dan dorongan

secara moril

maupun

materiil

sehingga

peneliti

dapat

menyelesaikan

skripsi

ini

dengan

baik

Oleh

karena

itu

peneliti

ingin

mengucapkan

terima

kasih

kepada

pihak-pihak

yang

telah

membimbing

dan

membantu

selama

proses

penulisan

skripsi

ini

yaitu

baik

peneliti

sejauh

mungkin

tanpa

izin

IBIKG.

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas selesaiannya skripsi ini. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi jurusan Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang telah banyak memberikan kontribusi kepada peneliti baik berupa penjelasan, bimbingan, pengarahan dan dorongan secara moril maupun materiil, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membimbing dan membantu selama proses penulisan skripsi ini, yaitu

1. Bapak Bilson Simamora selaku dosen pembimbing peneliti yang telah bersedia meluangkan waktu, pikiran, serta saran di tengah kesibukan beliau untuk membimbing dan memberikan arahan kepada peneliti selama penyusunan skripsi.
2. Seluruh dosen dan *staff* pengajar Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mengajar peneliti selama masa perkuliahan.
3. Ayah, Ibu, dan Adik yang senantiasa mendukung, membimbing, mendoakan, mengasihi dan memberikan perhatian dan dukungan dengan tulus dan luar biasa, yang tidak akan pernah bisa terlupakan.
4. Sahabat peneliti yaitu Riki Kusnadi, Nixon Wijaya, Jafreno, Dicky yang selalu menyemangati peneliti dalam menyelesaikan skripsi.
5. Pasangan peneliti yaitu Angela Clarissa yang senantiasa mendukung peneliti dalam menyelesaikan skripsi

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempruna dan memiliki banyak keterbatasan. Namun peneliti telah berusaha semaksimal mungkin memberikan yang terbaik.

1. **Akhir kata**, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang waair IBIKKG.

Jakarta, Maret 2018

Peneliti

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

DAFTAR ISI

(C) Hak Cipta Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

LEMBAR PENGESAHAN ii

HALAMAN JUDUL i

ABSTRAK iii

ABSTRACT iv

KATA PENGANTAR v

DAFTAR ISI vii

DAFTAR TABEL xii

DAFTAR GAMBAR xiv

DAFTAR LAMPIRAN xv

BAB I PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Identifikasi Masalah 8

C. Batasan Penelitian 9

D. Rumusan Masalah 9

E. Tujuan Penelitian 9

F. Manfaat Penelitian 10

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

ABSTRAK atau sifatnya sebagai hak kepemilikan atas suatu karya tulis ini tanpa mengabaikan hak kepemilikan atas sumber-sumber lain yang menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan penilaikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

tanpa izin IBKKG.

(C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

BAB II	KAJIAN PUSTAKA.....	11
---------------	----------------------------	-----------

A. Kajian Pustaka	11
1. Produk.....	11
2. Kualitas Produk.....	12
a. Definisi.....	12
b. Dimensi	12
3. Merek.....	15
4. Citra Merek	16
a. Definisi.....	16
b. Dimensi.....	17
5. Preferensi Merek	18
a. Definisi.....	18
b. Dimensi	18
B. Penelitian Terdahulu	20
C. Kerangka Pemikiran.....	21
D. Hipotesis Penelitian.....	22
 METODE PENELITIAN.....	 23
A. Objek Penelitian.....	23
B. Desain Penelitian.....	23
C. Variabel Penelitian.....	25
D. Teknik Pengambilan Sampel	26
E. Teknik Pengumpulan Data	26

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun
tanpa izin IBIKKG.

(C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
BAB IV
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

F. Teknik Analisis Data.....	27
1. Analisis Deskriptif.....	27
2. Uji Validitas	28
3. Uji Reliabilitas	29
4. Analisis Regresi Berganda.....	31
a. Uji Asumsi Klasik	32
b. Model Regresi	33
HASIL DAN PEMBAHASAN	36
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	36
B. Analisis Deskriptif	38
1. Demografi Responden	38
2. Nilai Kualitas Produk	40
3. Nilai Citra Merek.....	41
4. Nilai Preferensi Merek.....	42
C. Uji Validitas	44
D. Uji Reliabilitas	45
E. Analisis Regresi Berganda.....	47
1. Uji Normalitas	47
2. Uji Multikolinearitas	48
3. Uji Heteroskedastisitas	49
F. Model Regresi.....	50
1. Uji F.....	50
2. Uji t.....	50

(C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

3. Koefisien Determinan.....	51
G. Pengaruh Dimensi-Dimensi Kualitas Produk Terhadap Preferensi Merek	52
1. Analisis Regresi Berganda.....	52
a. Uji Normalitas	52
b. Uji Multikolinearitas.....	53
c. Uji Heteroskedastisitas.....	54
2. Model Regresi	55
a. Uji F	55
b. Uji t	56
c. Koefisien Determinan	57
H. Pengaruh Dimensi-Dimensi Citra Merek Terhadap Preferensi Merek	58
1. Analisis Regresi Berganda.....	58
a. Uji Normalitas	58
b. Uji Multikolinearitas	59
c. Uji Heteroskedastisitas.....	60
d. Model Regresi	60
a. Uji F	60
b. Uji t	61
c. Koefisien Determinan	61
I. Pembahasan	62

BAB 5	Simpulan dan Saran	62
	A. Simpulan.....	62
	B. Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA.....		65
LAMPIRAN.....		68
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: 1. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. 2. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang waair IBIKKG. tanpa izin IBIKKG.		

(C) Hak cipta mPrik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



DAFTAR TABEL

TABEL 1.1 Riset Pendahuluan.....	7
TABEL 2.1. Penelitian Terdahulu	20
TABEL 3.1 Variabel Penelitian.....	25
TABEL 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
TABEL 4.2 Profil Responden Berdasarkan Program Studi	39
TABEL 4.3 Profil Responden Berdasarkan Angkatan	39
TABEL 4.4 Nilai Rata-Rata Dimensi Kualitas Produk	40
TABEL 4.5 Nilai Rata-Rata Variabel Kualitas Produk	41
TABEL 4.6 Nilai Rata-Rata Dimensi Citra Merek.....	41
TABEL 4.7 Nilai Rata-Rata Variabel Citra Merek	42
TABEL 4.8 Nilai Rata-Rata Dimensi Preferensi Merek.....	43
TABEL 4.9 Nilai Rata-Rata Variabel Preferensi Merek.....	43
TABEL 4.10 Niai Rata-Rata Variabel	44
TABEL 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	44
TABEL 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek.....	45
TABEL 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Preferensi Merek	45
TABEL 4.14 Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk	45
TABEL 4.15 Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek	46
TABEL 4.16 Uji Reliabilitas Variabel Preferensi Merek	46
TABEL 4.17 Uji Normalitas	47
TABEL 4.18 Uji Multikolinearitas	48
TABEL 4.19 Uji Heteroskedastisitas	49
TABEL 4.20 Uji F	50

1. Dilarang mengutip tanpa sumber.
a. Pengutipan hanya untuk keperluan penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan tesis, skripsi, dan makalah akademik.
b. Pengutipan tidak merugikan kepemilikan yang wajar IBKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



TABEL 4.21 Uji t	50
TABEL 4.22 Koefisien Determinan	51
TABEL 4.23 Uji Normalitas	52
TABEL 4.24 Uji Multikolinearitas	53
TABEL 4.25 Uji Heteroskedastisitas	54
TABEL 4.26 Uji F	55
TABEL 4.27 Uji t	56
TABEL 4.28 Koefisien Determinan	57
TABEL 4.29 Uji Normalitas	58
TABEL 4.30 Uji Multikolinearitas	59
TABEL 4.31 Uji Heteroskedastisitas	60
TABEL 4.32 Uji F	60
TABEL 4.33 Uji t	61
TABEL 4.34 Koefisien Determinan	61

DAFTAR GAMBAR

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Gambar 2:1 Kerangka Pemikiran.....	21
2. Gambar 4:1 Menu Dum Dum	37

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.