

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN BUAH MEREK *SUNPRIDE*
DI KOTA SEMARANG**

SKRIPSI

Oleh:

AYU TANTIA ARAFAH



**PROGRAM STUDI S1 AGRIBISNIS
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2023**

PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN BUAH MEREK *SUNPRIDE*
DI KOTA SEMARANG

Oleh:

AYU TANTIA ARAFAH
NIM:23020319120023

Salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Pertanian pada Program Studi S1 Agribisnis
Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro

PROGRAM STUDI S1 AGRIBISNIS
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
S E M A R A N G
2023

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ayu Tantia Arafah

N I M : 23020319120023

Program Studi : S1 Agribisnis

dengan ini menyatakan sebagai berikut :

1. Skripsi yang berjudul: **Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Buah Merek *Sunpride* di Kota Semarang** dan penelitian yang terkait merupakan karya penulis sendiri.
2. Setiap ide atau kutipan dari karya orang lain berupa publikasi atau bentuk lainnya dalam skripsi ini, telah diakui sesuai dengan standar prosedur disiplin ilmu.
3. Saya juga mengakui skripsi ini dapat dihasilkan berkat bimbingan dan dukungan penuh pembimbing saya, yaitu **Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.** dan **Prof. Dr. Ir. Siswanto Imam Santoso, M.P.**

Apabila di kemudian hari dalam skripsi ini ditemukan hal-hal yang menunjukkan telah dilakukannya kecurangan akademik maka penulis bersedia gelar sarjana yang telah penulis dapatkan ditarik sesuai dengan ketentuan dari Program Studi S1 Agribisnis, Fakultas Peternakan dan Pertanian, Universitas Diponegoro.

Semarang, 19 Juni 2023

Penulis,

Ayu Tantia Arafah

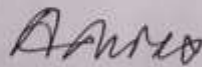


Ayu Tantia Arafah

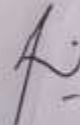
Mengetahui :

Pembimbing Utama

Pembimbing Anggota



Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.



Prof. Dr. Ir. Siswanto Imam Santoso, M.P.

Judul Skripsi : PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUAH MEREK *SUNPRIDE* DI KOTA SEMARANG

Nama Mahasiswa : AYU TANTIA ARAFAH

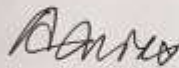
NIM : 23020319120023

Program Studi/Departemen : AGRIBISNIS/PERTANIAN

Fakultas : PETERNAKAN DAN PERTANIAN

Telah disidangkan di hadapan Tim Penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal ...**22 JUN 2023**

Pembimbing Utama



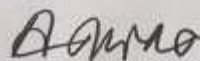
Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.

Pembimbing Anggota



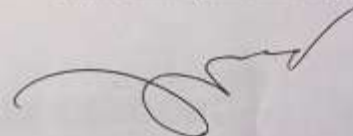
Prof. Dr. Ir. Siswanto Imam Santoso, M.P.

Ketua Program Studi



Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.

Ketua Panitia Ujian Akhir Program




Ir. Joko Mariyono, M.P., Ph.D.

Dekan



Prof. Dr. Ir. Bambang Waluyo H.E.P., M.S., M.Agr., IPU.

Ketua Departemen



Dr. Ir. Heni Rizqiati, S.Pt., M.Si.

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN BUAH MEREK *SUNPRIDE*
DI KOTA SEMARANG**

**Oleh:
Ayu Tantia Arafah**

ABSTRAK

Penelitian bertujuan menganalisis karakteristik konsumen buah merek *Sunpride* di Kota Semarang dan menganalisis pengaruh *brand image* serta kualitas produk terhadap keputusan pembelian buah merek *Sunpride* di Kota Semarang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan teknik pengambilan sampel secara *accidental sampling* sejumlah 100 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis dekriptif kuantitatif dengan menggunakan analisis linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik responden didominasi oleh kelompok usia 17 – 26 tahun, konsumen berjenis kelamin perempuan, berstatus pelajar/mahasiswa, memiliki penghasilan < Rp. 1.000.000/bulan dengan pengeluaran pembelian buah sebesar Rp. 50.000 – Rp. 100.000/bulan, frekuensi pembelian dilakukan lebih dari tiga kali dalam sebulan dan jenis buah yang paling sering dibeli adalah pisang cavendish. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *brand image* dan kualitas produk secara simultan maupun parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian buah merek *Sunpride* di Kota Semarang.

Kata Kunci: *Brand Image*, keputusan pembelian, kualitas produk, *sunpride*.

***THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY
ON PURCHASE DECISIONS OF SUNPRIDE BRAND FRUIT IN
SEMARANG CITY***

ABSTRACT

The aims of this study were to analyze the characteristics of consumers of Sunpride brand fruit in Semarang City and to analyze the influence of brand image and product quality on purchasing decisions for Sunpride brand fruit in Semarang City. The research method used is survey method with accidental sampling technique of 100 respondents. The analytical method used is quantitative descriptive analysis using multiple linear analysis. The results showed that the characteristics of the respondents were dominated by the age group 17-26 years, female sex, student status, income < Rp. 1,000,000/month, spending on buying fruit around Rp. 50,000 – Rp. 100,000/month, the highest of purchase frequency is more than three times a month and the type of fruit most frequently purchased is cavendish bananas. The results showed that brand image and product quality variables simultaneously and partially had a significant effect on purchasing decisions for Sunpride brand fruit in Semarang City

Keywords: *Brand image, purchase, decision, product quality, sunpride.*

KATA PENGANTAR

Keputusan pembelian merupakan kegiatan memilih produk sesuai keinginan dan kebutuhan si pembeli sehingga memperoleh suatu barang berdasarkan pertimbangan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis karakteristik konsumen dan pengaruh *brand image* serta kualitas produk terhadap keputusan pembelian buah merek *Sunpride* di Kota Semarang.

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Buah Merek *Sunpride* di Kota Semarang”. Penyusunan Skripsi ini merupakan salah satu kewajiban mahasiswa dalam tugas akhir S-1 Agribisnis Fakultas Peternakan dan Pertanian, Universitas Diponegoro, Kota Semarang.

Penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada pihak-pihak yang telah bersedia membimbing, memberi saran dan masukan serta dukungannya. Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P. selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan bimbingan dan membantu penulis dalam persiapan selama penyusunan Skripsi sekaligus Dosen Wali dan Ketua Program Studi Agribisnis
2. Prof. Dr. Ir. Siswanto Imam Santoso, M.P. selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah memberikan bimbingan dan membantu penulis dalam persiapan selama penyusunan Skripsi.
3. Prof. Dr. Ir. Bambang Waluyo H.E.P., M.S., M.Agr. selaku Dekan Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro.

4. Dr. Ir. Heni Rizqiati, S.Pt., M.Si selaku Ketua Departemen Pertanian yang membantu penulis dalam kelancaran proses skripsi.
5. Suryani Nurfadillah, S.E., M.Si. selaku Koordinator Laboratorium Manajemen Agribisnis yang membantu penulis dalam kelancaran proses skripsi.
6. Bapak Drs. Trianda dan Ibu Eriana selaku orang tua penulis, terimakasih atas doa dan dukungan selama ini, penulis tahu jasa kalian tidak akan pernah terbalaskan oleh apapun.
7. Keluarga, sahabat dan teman-teman yang selalu memberikan dukungan dan keputusan hingga Skripsi ini terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata, penulis sampaikan terimakasih dan berharap Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Semarang, 19 Juni 2023

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR ILUSTRASI	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Tujuan Penelitian	3
1.3. Manfaat Penelitian	3
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	4
2.1 Buah.....	4
2.2 <i>Brand Image</i> (Citra Merek)	6
2.3 Kualitas Produk.....	8
2.4 Keputusan Pembelian	9
2.5 Penelitian Terdahulu	10
BAB III.METODE PENELITIAN.....	13
3.1 Kerangka Pemikiran	13
3.2 Hipotesis	14
3.3 Waktu dan Lokasi	15
3.4 Metode Penelitian	15
3.5 Pengambilan Sampel.....	16
3.6 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	17
3.7 Analisis Data.....	17
3.8 Konsep dan Pengukuran Variabel.....	23
BAB IV.HASIL DAN PEMBAHASAN	24
4.1 Gambaran Umum responden	24
4.2 Hasil Analisis Deskriptif.....	31
4.3 Analisis Data.....	38

4.4	Uji Kelayakan Instrumen	38
4.5	Uji Asumsi Klasik.....	42
4.6	Analisis Linear Berganda.....	43
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN		49
5.1	Simpulan	49
5.2	Saran..	49
DAFTAR PUSTAKA		51
LAMPIRAN.....		57
RIWAYAT HIDUP.....		88

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1.	Klasifikasi Koefisien Validitas 18
2.	Klasifikasi Koefisien Reliabilitas..... 19
3.	Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Usia 24
4.	Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 25
5.	Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan 26
6.	Jumlah dan Persentase Berdasarkan Penghasilan/bulan 27
7.	Jumlah dan Persentase Berdasarkan Pengeluaran Pembelian 28
8.	Jumlah dan Persentase Berdasarkan Frekuensi Pembelian 29
9.	Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Jenis Buah 30
10.	Distribusi Jawaban Responden pada Variabel Brand Image 31
11.	Distribusi Jawaban Responden pada Variabel Kualitas Produk 34
12.	Jawaban Responden pada Variabel Keputusan Pembelian 36
13.	Hasil Uji Validitas <i>Brand Image</i> 39
14.	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk 40
15.	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian 41
16.	Hasil Uji Reliabilitas 42
17.	Hasil Uji Multikolinearitas 42

DAFTAR ILUSTRASI

Nomor	Halaman
1. Kerangka Pemikiran.....	13

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
1. Peta.....	57
2. Prosedur Pengambilan Sampel.....	58
3. Kuesioner Responden.....	59
4. Prosedur Analisis Sampel	63
5. Output Analisis	64
6. Dokumentasi	87