**KATA PENGANTAR**



Artinya :

Hai orang-orang yang beriman, sukakah kamu aku tunjukkan suatu perniagaan yang dapat menyelamatkan kamu dari azab yang pedih? (yaitu) kamu beriman kepada Allah dan Rasul-Nya dan berjihad di jalan Allah dengan harta dan jiwamu. Itulah yang lebih baik bagimu jika kamu mengetahuinya

 Puji syukur pada Tuhan yang maha Esa atas atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Datsun Pada PT. Wahana Trans Lestari Medan”** studi kasus pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Program Studi Manajmen Angkatan 2016, Universitas Muslim Nusantara Al-Washliya Medan. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan ManajemenUniversitas Muslim Nusantara Al-Washliyah Medan.

 Penulis sangat menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurnah, baik mengenai isi maupun dalam pemakaian kalimat dan bahasa, sehinga penulis mengharapkan bantuan berupa kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Selesainya skripsi ini tidak lepas dari partisipasi dan bantuan, dukungaan, bimbingan dari berbagai pihak yang telah banyak membantu dan memberikan dukungan moril maupun materil sehingga skripsi ini dapat selesai, dan untuk itulah dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimahkasih kepada :

1. Bapak. Dr. KRT. Hardi Mulyono, K. Surbakti . Selaku Rektor Universitas Muslim Nusantara al-washliyah Medan.
2. Ibu Shita Tiara, SE, Ak, M.Si, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah Medan.
3. Bapak. Mutawaqil Billah Tumanggor, SE, MM, Selaku Ketua Program Studi Ekonomi Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah Medan.
4. Bapak Mhd. Dani Habra, SE., M.MA. Selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu di sela-sela kesibukan untuk memberikan bimbingan, arahan dan wejangan selama proses penulisan skripsi ini.
5. Bapak Mutawaqil Bilah Tumanggor, SE., M.Si, Selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu di sela-sela kesibukan untuk memberikan bimbingan, arahan dan wejangan selama proses penulisan proposal skripsi ini.
6. Bapak/Ibu Dosen Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah Medan yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi pengembangan wawasan keilmuan selama mengikuti perkuliahan dan penulisan proposal ini.
7. Teristimewa kepada ibunda Misdawaty dan ayahanda Herman tercinta, yang selalu memberikan suport dan nasihat yang tak pernah henti dan selalu memberikan bantuan baik dalam bentuk moril maupun materi kepada penulis.
8. Kepada kakak Herni Diah Ningsih dan adek M. Ridho Syahputra saya yang secara ihklas telah memberi dorongan semangat dan bantuan lainnya.
9. Seluruh teman-teman Fakultas Ekononomi Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah Medan yang telah memberikan masukan dalam penyelesaian proposal ini.

Semoga Allah membalas semua kebaikan yang telah diberikan. Penulis menyadari bahwa proposal penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis mengharapkan sumbangsi berupa pemikiran yang terbungkus dalam saran maupun kritik yang bersifat membangun demi kesempurnaan proposal penelitian ini.

Medan, Februari 2020

 Penulis

 Siti Sartika

 163114086

**DAFTAR ISI**

**Halaman**

**ABSTRAL i**

**KATA PENGANTAR iii**

**DAFTAR ISI vi**

**DAFTAR TABEL x**

**DAFTAR GAMBAR xiii**

**BAB 1 PENDAHULUAN**

* 1. Latar Belakang Masalah 1
	2. Identifikasi Masalah 4
	3. Batasan Masalah 5
	4. Rumusan Masalah 5
	5. Tujuan Penelitian 6
	6. Manfaat Penelitian 6
	7. Anggapan Penelitian 7
	8. Hipotesis 7

**BAB 2 LANDASAN TEORI**

* 1. Kualitas Produk 9
		1. Pengertian Kualitas Produk 9
		2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk 10
		3. Atribut Produk 14
		4. Manfaat Kualitas Produk 15
		5. Imdikator Kualitas Produk 15
	2. Merek 17
		1. Pengertian Merek 17
		2. Faktor-faktor Yang MempengaruhiMerek 18
		3. Manfaat Merek 19
		4. Makna Merek 21
		5. Indikator Merek 22
	3. Keputusan Pembelian 24
		1. Pengertian Keputusan Pembelian 24
		2. Moel Dalam Keputusan 26
		3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian 28
		4. Tipe-tipe Keputusan Pembelian 29
		5. Indikator Keputusan Pembelian 31
	4. Penelitian Terdahulu 32
	5. Kerangka Konseptual 33

**BAB 3 METODE PENELITIAN**

* 1. Desain Penelitian 36
	2. Tempat dan Waktu Penelitian 37
		1. Tempat Penelitian 37
		2. Waktu Penelitian 37
	3. Populasi Dan Sampel 37
		1. Populasi 37
		2. Sampel 38
	4. Defenisi Operaional Variabel 39
	5. Teknik Pengumpulan Data 41
	6. Pengujian Hipotesis 42
		1. Uji Validitas 42
		2. Uji Reabilitas 42
		3. Uji Klasik 43
		4. UjiHeterokedastisitas 44
		5. Uji Multikoleniritas 44
	7. Teknik Analisis Dta 45
		1. Uji Parsial (Uji T) 45
		2. Uji Simultan (Uji F) 46
		3. Uji Regresi Linier Berganda 47
		4. Uji Koefisien Determinasi 48

**BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

* 1. Hasil Penelitian 49
		1. Gambaran Umum dan Sejarah Singkat PT. Wahana Trans

Lestari 49

* + 1. Visi dan Misi 49
		2. Struktur Organisasi 50
		3. Tugas Pokok dan Fungsi 51
	1. Pembahasan Penelitian 52
		1. Deskripsi Karateristik Responden 52
		2. Tanggapan Responden 54
		3. Uji Validitas dan Reabilitas 66
		4. Uji Klasik 69
		5. Regresi Linier Berganda 72
		6. Uji Hipotesi 74
		7. Uji Determinasi 77
		8. Penelitian Terdahulu 78

**BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN**

* 1. Kesimpulan 80
	2. Saran 81

**DAFTAR PUSTAKA**

**DAFTAR LAMPIRAN**

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Data Penjualan PT. Wahana Trans Lestari Medan 5

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 31

Tabel 3.1 Rencana Penelitian 37

Tabel 3.2 Data Konsumen PT. Waahana Trans Lestari Medan 38

Tabel 3.3 Indikator Keputusan Pembelian 40

Tabel 3.4 Indikator Kualitas Produk 40

Tabel 3.5 Indikator Merek 41

Tabel 3.6 Sklala Likert 42

Tabel 4.1 Berdasarkan Jenis Kelamin 52

Tabel 4.2 Berdasarkan Usia 53

Tabel 4.3 Berdasarkan Pendidikan Trakhir 53

Tabel 4.4 Pernyataan No 1 Merasa Kualitas Mobil Datsun Memberikan Kenyamam Saat Berkendara 54

Tabel 4.5 Pernyataan No 2 Merasa Mobil Datsun Irit Bensin 55

Tabel 4.6 Pernyataan No 3 Merasa Mobil Datsun Memiliki Bagasi Yang Luas 55

Tabel 4.7 Pernyataan No 4 Merasa Mobil Datsun Memiliki Kabin Yang Luas 56

Tabel 4.8 Pernyataan No 5 Kesesuaian Dengan Spesifikasi (*Conformance To Spesification)* 56

Tabel 4.9 Pernyataan No 6 Merasa Produk Datsun Sesuai Dengan Standart Dan Kualitas Yang Diberikan 57

Tabel 4.10 Pernyataan No 7 Merasa Speartpart Mobil Datsun Tidak Gampang Rusak 57

Tabel 4.11 Pernyataan No 8 Merasa Biaya Service Yang Diberikan Sangat Terjangkau 58

Tabel 4.12 Pernyataan No 9 Memilih Mobil Datsun Karena Memiliki Keawetan Mesin Yang Baik 58

Tabel 4.13 Pernyataan No 10 Memilih Mobil Datsun Karena Daya Tahan Mobil Yang Kuat 59

Tabel 4.14 Pernyataan No 1 Merasa Produk Datsun Memiliki Simbol Yang Mudah Dikenali 59

Tabel 4.15 Pernyataan No 2 Merasa Produk Datsun Mudah Dikenal 60

Tabel 4.16 Pernyataan No 3 Merasa Produk Datsun Memiliki Reputasi Merk Yang Baik Dimata Konsumen 60

Tabel 4.17 Pernyataan No 4 Merasa Produk Datsun Memiliki Reputasi Lebih Baik Diantara Kompetitornya 61

Tabel 4.18 Pernyataan No 5 Produk Datsun Membuat Konsumen Tertarik Untuk Membeli 61

Tabel 4.19 Pernyataan No 6 Memakai Produk Datsun Memberikan Daya Tarik Tersendiri Bagi Konsumen 62

Tabel 4.20 Pernyataan No 7 Tetap Memilih Produk Datsun 62

Tabel 4.21 Pernyataan No 8 Memilih Datun Walaupun Ada Kendala 63

Tabel 4.22 Pernyataan No 1Memutuskan Membeli Karena Produk Yang Tersedia Sesuai Yang Diinginkan 63

Tabel 4.23 Pernyataan No 2 Memtuskan Membeli Produk Karena Sesuai Kebutuhan 64

Tabel 4.24 Pernyataan No 3 Memtusukan Membeli Produk Karena Harga Yang Terjangkau 64

Tabel 4.25 Pernyataan No 4 Memutuskan Membeli Produk Karena Harga Sesuai Yang Diharapkan 65

Tabel 4.26 Pernyataan No 5 Memutuskan Membeli Produk Karena Pelayanan Yang Diberikan Sangat Baik 65

Tabel 4.27 Pernyataan No 6 Memutuskan Membeli Produk Karena Melayani Konsumen Ketempat Tinggal Konsumen 66

Tabel 4.28 Hasil Uji Validitas Instrumen Kualitas Produk 67

Tabel 4.29 Hasil Uji Validitas Instrumen Merek 67

Tabel 4.30 Hasil Uji Validitas Instrumen Keputusan Pembelian 68

Tabel 4.31 Hasil Uji Reabilitas 69

Tabel 4.32 Hasil Uji Multikolinearitas 72

Tabel 4.33 Hasil Regresi Linier Berganda 73

Tabel 4.34 Hasil Uji Statistik t (parsial) 74

Tabel 4.35 Hasil Uji Simultan (Uji-F) 76

Tabel 4.36 Hasil Uji Koefisien Determinasi 77

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Tahap Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen 26

Gambar 2.2 Kerangka Konseptual 35

Gambar 4.1 Struktur Organisai PT. Wahana Trans Lestari 50

Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas 70

Gambar 4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas 71