PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MS GLOW

(Studi kasus pada Mahasiswa STIE Surakarta)

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen/Akuntansi

Disusun oleh :

Nama : Wahyu Tanem Lilaningsih

NIM : 21110052

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA

2026

PERSETUJUAN PEMBIMBING

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MS GLOW

(Studi kasus pada Mahasiswa STIE Surakarta)

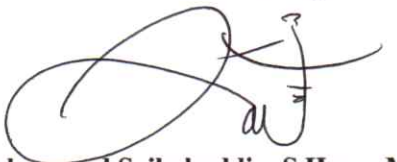
Oleh:

Nama : Wahyu Tanem Lilaningsih

NIM : 21110052

Disetujui dan dipertahankan di hadapan
Dewan Penguji Tugas Akhir Program Studi S1 Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Sukoharjo, 27 April 2026
Dosen Pembimbing



Muhammad Syihabuddin, S.Hum., M.M

PENGESAHAN PENGUJI

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MS GLOW

(Studi kasus pada Mahasiswa STIE Surakarta)

Oleh:
Nama : Wahyu Tanem Lilaningsih

NIM : 21110052

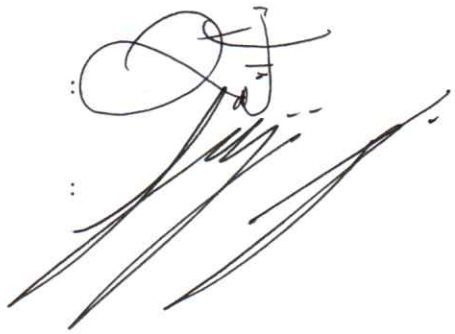
Telah diterima dan disahkan oleh Dewan Penguji Tugas Akhir
Program Studi S1 Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Sukoharjo, 14 Juli 2026

Dewan Penguji

Muhammad Syihabuddin, S.Hum., M.M : Ketua

Juni Kristanto, S.M., M.M. : Anggota



Mengetahui,

Ketua STIE Surakarta

Aditya Liliyan, S.M.B., M.M.
NUPTK. 5438767668131040

Kepala Program Studi S1 Manajemen

Muhammad Syihabuddin, S.Hum., M.M.
NUPTK. 0256772673130313

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wahyu Tanem Lilaningsih

NIM : 21110052

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir yang berjudul: Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow adalah betul-betul karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam Tugas Akhir ini diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan Tugas Akhir dan gelar yang saya peroleh dari Tugas Akhir ini.

Sukoharjo, 18 September 2026

Yang Membuat Pernyataan,

Materai Rp10.000

Wahyu Tanem Lilaningsih

MOTTO

"Kita tahu sekarang, bahwa Allah turut bekerja dalam segala sesuatu untuk mendatangkan kebaikan bagi mereka yang mengasihi Dia"

(Roma 8:28)

"Segala perkara dapat kutanggung di dalam Dia yang memberi kekuatan kepadaku"

(Filipi 4:13)

"Janganlah hendaknya kamu kuatir tentang apapun juga, tetappi nyatakanlah dalam segala hal keinginanmu kepada Allah dalam doa dan permohonan dengan ucapan syukur"

(Ulangan 31 : 6)

"Karena masa depan sungguh ada dan, dan harapanmu tidak akan hilang"

(Amsal 23:18)

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Pengasih karena kebaikan Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, *Brand image*, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow (Studi Kasus Mahasiswa STIE Surakarta). Tujuan penulisan skripsi ini untuk memenuhi tugas dan syarat guna memperoleh gelar Sarjana Program Studi Manajemen STIE Surakarta. Penulisan skripsi ini tidak dapat berjalan dengan baik tanpa adanya dukungan berbagai pihak. Penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. selaku Rektor STIE Surakarta.
2. Dr. selaku Dekan Fakultas Manajemen STIE Surakarta.
3. Muhammad Syihabuddin, S.Hum., M.M. selaku Dosen Pembimbing, yang telah memberikan pengarahan, bimbingan, dan petunjuk dalam penulisan skripsi.
4. Bapak dan Ibu Dosen Prodi Manajemen STIE yeng telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
5. Papah dan mamah tercinta yang telah memberikan doa dan semangat dalam penyusunan skripsi.
6. Rekan-rekan kuliah dan seluruh pihak yang telah memberikan bantuan serta dukungan dalam penyusunan skripsi.

Penulis menyadari dan memohon maaf apabila masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Kiranya skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang membutuhkan.

Surakarta, Agustus 2026

Penulis

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....
ii MOTTO .....
iv ABSTRAK
..... v
ABSTRACT .....
vi KATA PENGANTAR .....
vii DAFTAR ISI .....
viii
DAFTAR TABEL x
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang ..... 1 B. Rumusan Masalah 6
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian 6
BAB II LANDASAN TEORI 9
A. Tinjauan Pustaka 9
1. Kualitas Produk 9
2. *Brand image* ..... **Error! Bookmark not defined.**
3. Keputusan Pembelian 13
B. Penelitian Terdahulu 14
C. Kerangka Penelitian .....
18
D. Definisi Operasional Variabel Yang Digunakan 20
E. Hipotesis .....
21
BAB III METODE PENELITIAN 23
A. Jenis Penelitian 23
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....
23
C. Populasi dan Sampel Penelitian .....
24

1. Populasi 24
2. Sampel 24
3. Teknik Pengambilan Sampel 25
D. Pengumpulan Data 26
1. Data primer 26
2. Data Sekunder..... 26
E. Teknik Pengumpulan Data 27
1. Wawancara 27
2. Kuesioner 27
3. Dokumentasi 28
F. Teknis Analisis Data 28
1. Uji Instrument Penelitian 28
2. Uji Asumsi Klasik 29
3. Uji Regresi Linier Berganda 31
4. Uji Hipotesis 31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 34
A. Hasil Penelitian 34
1. Gambaran Umum Objek Penelitian 34
2. Profil Owner MS Glow..... 35
B. Analisis Data Dan Pembahasan 38
1. Uji Validitas 38
2. Uji Reliabilitas 40
3. Uji Asumsi Klasik 41
4. Analisis Regresi Linear Berganda 43
5. Uji -t 45
6. Uji Ketepatan Model (Uji F) 47
7. Uji Koefisien Determinasi (R^2) 48

8. Analisis Deksriptif 49
BAB V PENUTUP 54
A. Kesimpulan..... 54
B. Saran 54
C. Keterbatasan 55

DAFTAR TABEL

PERSETUJUAN PEMBIMBING.....ii
PENGESAHAN PENGUJI.....iii
SURAT PERNYATAAN.....iv
Tabel 1 Hasil Wawancara.....4
Tabel 2 Penelitian Terdahulu 14
Tabel 3 Definisi Variabel 21
Tabel 4 Alternatif jawaban dengan skala likert.....21
Tabel 5 Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....39
Tabel 6 Uji Validitas Variabel *Brand image*.....40
Tabel 7 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....40
Tabel 8 Uji Reliabilitas 41
Tabel 9 Uji Multikolinearitas.....42
Tabel 10 Uji Heterosdastisitas.....43
Tabel 11 Uji Normalitas 44
Tabel 12 Regresi Linier Berganda.....45
Tabel 13 Uji T 47
Tabel 14 Uji F 49
Tabel 15 Uji Koefisien Determinasi (R2).....50

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MS GLOW (Studi Kasus Mahasiswa STIE Surakarta)

Wahyu Tanem Lilaningsih
e-mail : wahyutanemlilaningsih12@gmailcom

Kualitas adalah suatu ukuran sejauh mana suatu produk, jasa, atau proses memenuhi standar, spesifikasi, atau harapan yang telah ditetapkan. Kualitas produk yang baik akan menimbulkan rasa atau minat dari seseorang untuk membeli produk itu secara terus menerus menggunakan atau membeli produk tersebut. *Brand Image* adalah anggapan yang selalu diingat atau dipikirkan oleh konsumen pada produk tertentu. Penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa yang berkuliah di STIE Surakarta. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis signifikansi pengaruh kualitas produk, *brand image*, terhadap keputusan pembelian produk ms glow khususnya untuk mahasiswa STIE Surakarta. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah perolehan data primer. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deksriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t, uji f, dan koefisien determinasi (R2).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk (X1) berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dengan demikian hipotesis pertama tidak terbukti kebenarannya. *Brand image* (X2) berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dengan demikian hipotesis kedua tidak terbukti kebenarannya. Kualitas produk dan *Brand image* secara Bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dengan demikian hipotesis kelima terbukti kebenarannya.

Kata kunci : Kualitas Produk,*Brand image* dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

The Influence of Product Quality and Brand imageon Purchasing Decisions of MS Glow Products (A Case Study of STIE Surakarta Students)

Wahyu Tanem Lilaningsih
e-mail : wahyutanemlilaningsih12@gmailcom

Quality is a measure of the extent to which a product, service, or process meets predetermined standards, specifications, or expectations. High product quality can create interest or intention among consumers to repeatedly purchase or use the product. Brand image refers to the perception that is consistently remembered or associated by consumers with a particular product. This research was conducted among students enrolled at STIE Surakarta. The purpose of this study is to analyze the significance of the influence of product quality and brand image on purchasing decisions for MS Glow products, particularly among STIE Surakarta students. The type of data used in this study is quantitative data, with primary data as the main source. The data analysis techniques employed include descriptive analysis, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t-test, f-test, and the coefficient of determination (R^2).

The results of this study indicate that Product Quality (X1) does not have a significant effect on purchasing decisions, thus the first hypothesis is not supported. Brand image (X2) also does not have a significant effect on purchasing decisions, therefore the second hypothesis is not supported. However. Furthermore, product quality, brand image, and price simultaneously have a significant effect on purchasing decisions, thus the fifth hypothesis is supported.

Keywords: Product Quality, Brand image and Purchasing Decision.