



**PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN EKUITAS MEREK
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA PELANGGAN
TOKO ROTI ELS CAKE KUDUS)**

Oleh:

Annisa Faila Shofa

2019-11-085

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**



**PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN EKUITAS MEREK
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA PELANGGAN
TOKO ROTI ELS CAKE KUDUS)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Oleh:

Annisa Faila Shofa

2019-11-085

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

TAHUN 2024

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN EKUITAS MEREK
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA PELANGGAN
TOKO ROTI ELS CAKE KUDUS)**

Nama : Annisa Faila Shofa
NIM : 201911085
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 2024

Pembimbing I

 12/9²⁴.

(Dina Lusianti, S.E., M.M., AAK.)
NIDN. 0630098401

Pembimbing II



(Keke Tamara Fahira, S.E., M.M.)
NIDN. 0630109701

Mengetahui,
Ketua Program Studi


(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.)
NIDN. 0024037701

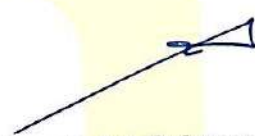
**PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN EKUITAS MEREK
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA PELANGGAN
TOKO ROTI ELS CAKE KUDUS)**

Nama : Annisa Faila Shofa
NIM : 201911085
Program Studi : Manajemen

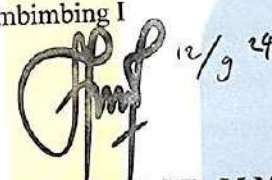
Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 2024

Mengetahui,
Ketua Program Studi


(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.)
NIDN. 0024037701

Pembimbing I


(Dina Lusianti, S.E., M.M., AAK.)
NIDN. 0630098401




(Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M.)
NIDN. 0616077304

Pembimbing II


(Keke Tamara Fahira, S.E., M.M.)
NIDN. 0630109701

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap”.

(QS. Al Insyirah: 6-8)

“Kita sebagai manusia tidak bisa menakar siapa yang paling menderita dan tidak bisa menilai perasaan orang lain hanya dari luarnya saja.”

Persembahan:

1. Kedua orang tua dan seluruh keluarga yang saya sayangi.
2. Dosen pembimbing saya yang selalu memberikan arahan dan motivasi.
3. Sahabat, teman seperjuangan, dan orang-orang baik yang hadir dalam hidup saya.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul **“Pengaruh Atribut Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dengan Ekuitas Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan Toko Roti Els Cake Kudus)”**. Penyusunan skripsi ini guna memenuhi tugas akhir strata satu Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Pada penulisan skripsi ini tidak lepas dari berbagai pihak yang telah membantu. Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si, selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S. E., M. M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S. E., M. M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus
4. Dina Lusianti, S. E., M. M. AAK., selaku dosen pembimbing 1 yang telah membimbing saya dengan sabar dan telah meluangkan waktunya untuk menuntun saya dalam mengerjakan skripsi.
5. Keke Tamara Fahira, S. E., M. M., selaku dosen pembimbing 2 yang telah membimbing saya dengan sabar dan telah meluangkan waktunya untuk menuntun saya dalam mengerjakan skripsi.
6. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
7. Owner dan karyawan Toko Roti Els Cake Kudus yang telah memberikan bantuan dan fasilitas bagi peneliti dalam melakukan penelitian.

8. Kedua orang tua, adik dan seluruh keluarga yang selalu memberi dukungan, motivasi, dan doa tiada henti
9. Muhammad Uhl Absor yang tulus dan sabar dalam memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi.
10. Sahabat saya Shania Maulinda dan Erlin Berliana yang selalu ada memberi semangat.
11. Nailis Sa'adah, Zulfa Lathifatus Salihah, Tirta Pitaloka dan Astrid Junia Vitalia yang selalu memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi.

Tidak lupa penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahan. Oleh karena itu penulis berharap dapat diberikan kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Kudus, 13 - 9 - 2024
Penulis


Annisa Faila Shofa
NIM. 2019-11-085

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN EKUITAS MEREK
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA PELANGGAN
TOKO ROTI ELS CAKE KUDUS)**

ANNISA FAILA SHOFA
2019-11-085

Pembimbing: 1. Dina Lusianti, S. E., M. M., AAK.
2. Keke Tamara Fahira, S. E., M. M.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh atribut produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan ekuitas merek sebagai variabel intervening (studi pada pelanggan Toko Roti Els Cake Kudus). Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan Toko Roti Els Cake Kudus. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* sehingga menghasilkan sampel sebanyak 120 responden. Analisis data menggunakan analisis SEM AMOS v.24. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, atribut produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap ekuitas merek, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap ekuitas merek, ekuitas merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Ekuitas merek belum mampu memediasi pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian. Ekuitas merek belum mampu memediasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: atribut produk, kualitas produk, ekuitas merek, keputusan pembelian.

THE INFLUENCE OF PRODUCT ATTRIBUTES AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASE DECISIONS WITH BRAND EQUITY AS AN INTERVENING VARIABLE (STUDY ON ELS CAKE BAKERY KUDUS CUSTOMERS)

ANNISA FAILA SHOFA
2019-11-085

Advisor: 1. Dina Lusianti, S. E., M. M., AAK.
2. Keke Tamara Fahira, S. E., M. M.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
MANAGEMENT STUDY PROGRAM**

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of product attributes and product quality on purchase decisions with brand equity as an intervening variable (study of Els Cake Kudus Bakery customers). The population in this study were customers of the Els Cake Bakery Kudus. The sampling technique used purposive sampling to produce a sample of 120 respondents. Data analysis used SEM AMOS v.24 analysis. Based on the research results, it shows that product attributes have a positive and significant effect on purchase decisions, product quality has a positive and significant effect on purchase decisions, product attributes have a positive and significant effect on brand equity, product quality has a positive and significant effect on brand equity, brand equity has an effect positive and significant on purchase decisions. Brand equity has not been able to mediate the influence of product attributes on purchase decisions. Brand equity has not been able to mediate the influence of product quality on purchase decisions.

Keywords: *product attributes, product quality, brand equity, purchase decisions.*

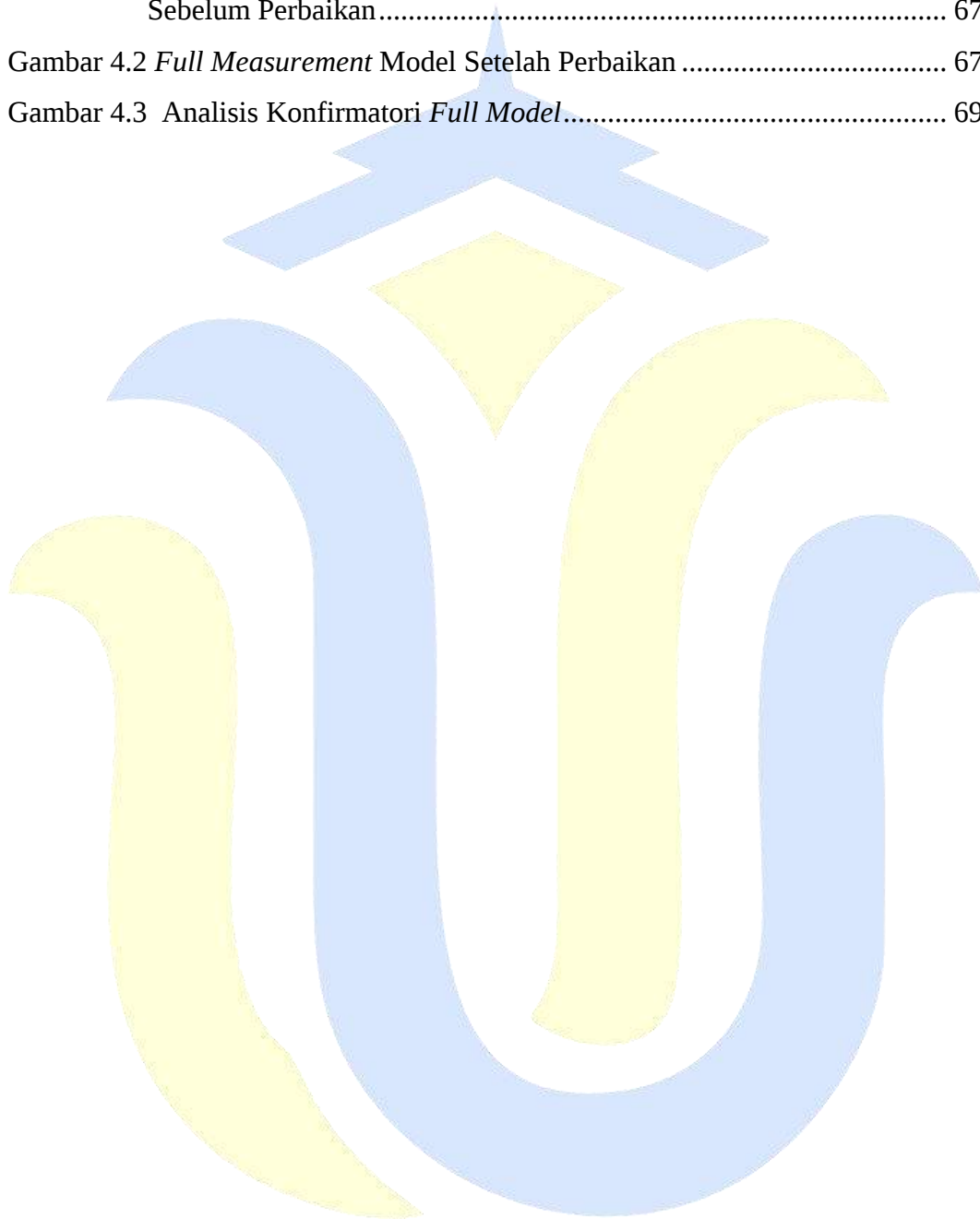
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAKSI	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup	9
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Perilaku konsumen	13
2.2 Keputusan Pembelian	13
2.3 Ekuitas Merek	17
2.4 Atribut Produk	21
2.5 Kualitas Produk	24
2.6 Pengaruh Antar Variabel	29
2.7 Penelitian Terdahulu	33
2.8 Kerangka Pemikiran Teoritis	38
2.9 Hipotesis	38
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Rancangan Penelitian	40

3.2Variabel Penelitian	40
3.3Jenis Sumber Data.....	43
3.4Populasi Dan Sampel	44
3.5Pengumpulan Data	45
3.6Pengolahan Data.....	45
3.7Uji Instrumen	47
3.8Analisis Data	48
3.9Uji Normalitas.....	51
3.10Uji Outlier	52
3.11Analisis koefisien Determinasi (R^2).....	52
3.12Uji Hipotesis	52
3.13Analisis Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung.....	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1Gambar Umum Objek Penelitian.....	54
4.2Penyajian Data	55
4.3Uji Instrumen	61
4.4Analisis Data	64
4.5Pembahasan.....	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	82
5.1Kesimpulan	82
5.2Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA	89

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4.1 <i>Full Measurement Model</i> Sebelum Perbaikan	66
Tabel 4.14 Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Index Full Measurement Model</i> Sebelum Perbaikan.....	67
Gambar 4.2 <i>Full Measurement Model</i> Setelah Perbaikan	67
Gambar 4.3 Analisis Konfirmatori <i>Full Model</i>	69



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Bobot Nilai Kuesioner Skala Likert.....	46
Tabel 3.2 Indeks Pengujian Kelayakan Model	51
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Atribut produk (X ₁)	58
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk (X ₂)	59
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Ekuitas Merek (Z).....	60
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y). 61	
Tabel 4.8 Hasil <i>Convergent Validity</i>	62
Tabel 4.9 Uji <i>Variance Extracted</i> (AVE)	63
Tabel 4.10 Hasil <i>Discriminant Validity</i>	63
Tabel 4.11 Uji <i>Construct Reliability</i>	64
Tabel 4.12 Uji Normalitas.....	65
Tabel 4.13 Evaluasi <i>Outliers</i>	65
Tabel 4.15 Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Index Full Measurement Model</i> Setelah Perbaikan	68
Tabel 4.16 Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Full Model</i>	69
Tabel 4.17 <i>Standardized Regression Weights</i>	70
Tabel 4.18 Hasil Koefisien Determinasi (<i>Squared Multiple Correlation</i>).....	71
Tabel 4.19 Hasil Uji Hipotesis <i>Regression Weights</i>	71
Tabel 4.20 Hasil Estimasi <i>Direct Effect Standardized Regression Weights</i>	74
Tabel 4.21 Hasil Estimasi <i>Indirect Effect</i> dan <i>Total Effect</i>	75