

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TAS RANSEL
PADA ANUGRAH MULYA DJAYA
DI JAKARTA TIMUR**



TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Program Sarjana (S1)

ZAKIA ZAHARA

24210072

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSA MANDIRI
JAKARTA
2025**

LEMBAR PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam, atas limpahan rahmat, karunia, kekuatan, kesehatan, serta kemudahan yang senantiasa menyertai setiap langkah saya, sehingga proses penyusunan dan penyelesaian tugas akhir ini dapat berjalan dengan baik hingga tuntas. Dengan penuh rasa syukur, hormat, dan cinta, tugas akhir ini saya persembahkan kepada:

1. Ayah dan Ibu tercinta, Ibu Juarti dan Bapak Syamlawi, yang selalu hadir dalam setiap doa dan perjuangan saya. Terima kasih atas cinta, keikhlasan, nasihat, dukungan moral, dan doa yang tidak pernah putus. Semangat dan keteguhan kalian menjadi pijakan kuat dalam perjalanan hidup dan pendidikan saya.
2. Ibu Ida Zuniarti, SE., MM, selaku Dosen Pembimbing, atas kesediaan waktu, perhatian, ilmu, arahan, serta bimbingan yang penuh kesabaran dan ketulusan selama proses penyusunan tugas akhir ini. Ucapan terima kasih yang tulus saya sampaikan atas dedikasi Ibu dalam mendampingi setiap tahapan penelitian saya.
3. Teman-teman seperjuangan di Kelas 24.8A.06, terima kasih atas kebersamaan, canda tawa, kerjasama, dan dukungan yang menjadi bagian penting dari perjalanan akademik ini. Semangat kalian menjadi penyemangat tersendiri dalam menghadapi berbagai tantangan.
4. Untuk diriku sendiri, terima kasih telah bertahan, berjuang, dan tidak menyerah meskipun melewati banyak rintangan, rasa lelah, dan keraguan. Terima kasih telah terus melangkah walau dalam diam, dan terus percaya bahwa setiap usaha akan menemukan jalannya. Tetap semangat untuk perjalanan selanjutnya, karena ini bukan akhir melainkan awal dari langkah-langkah besar berikutnya.
5. Seluruh pihak yang telah membantu dan mendukung, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu. Terima kasih atas segala bentuk dukungan, bantuan, dan doa yang telah diberikan.

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zakia Zahara
NIM : 24210072
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Nusa Mandiri

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir yang telah saya buat dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Tas Ransel pada Anugrah Mulya Djaya di Jakarta Timur”**, adalah asli (orisinal) atau tidak plagiat (menjiplak) dan belum pernah diterbitkan/dipublikasikan dimanapun dan dalam bentuk apapun.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun juga. Apabila dikemudian hari ternyata saya memberikan keterangan palsu dan atau ada pihak lain yang mengklaim bahwa Tugas Akhir yang telah saya buat adalah hasil karya milik seseorang atau badan tertentu, saya bersedia diproses baik secara pidana maupun perdata dan kelulusan saya dari Universitas Nusa Mandiri dicabut/dibatalkan.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 27 Juli 2025

Yang menyatakan,



Zakia Zahara

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zakia Zahara
NIM : 24210072
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Nusa Mandiri

Dengan ini menyetujui untuk memberikan izin kepada pihak Universitas Nusa Mandiri, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah kami yang berjudul: **“Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Tas Ransel pada Anugrah Mulya Djaya di Jakarta Timur”**, beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** ini kepada pihak **Universitas Nusa Mandiri** berhak menyimpan, mengalih-media atau *format*-kan, mengelolanya dalam pangkalan data (*database*), mendistribusikannya dan menampilkan atau mempublikasikannya di *internet* atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari kami selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Universitas Nusa Mandiri, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 27 Juli 2025

Yang menyatakan,



Zakia Zahara

LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Zakia Zahara
NIM : 24210072
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Jenjang : Sarjana (S1)
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Tas Ransel Pada Anugrah Mulya Djaya Di Jakarta Timur

Telah dipertahankan pada periode 2025-1 dihadapan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Sarjana Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Nusa Mandiri.

Jakarta, 19 Agustus 2025

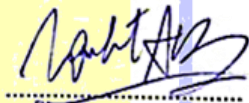
PEMBIMBING TUGAS AKHIR

Dosen Pembimbing : Ida Zuniarti, S.E., M.M.

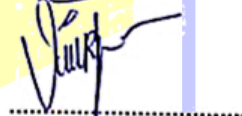


DEWAN PENGUJI

Penguji I : Wahid Akbar Basudani, S.E., M.M.



Penguji II : Valentine Theresia Simamora, S.E., M.M.



UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI

PEDOMAN PENGGUNA HAK CIPTA

Tugas Akhir yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Tas Ransel Pada Anugrah Mulya Djaya di Jakarta Timur” adalah hasil karya tulis asli Zakia Zahara dan bukan hasil terbitan sehingga peredaran karya tulis hanya berlaku di lingkungan akademik saja, serta memiliki hak cipta. Oleh karena itu, dilarang keras untuk menggandakan baik sebagian maupun keseluruhan karya tulis ini tanpa seizin peneliti.

Referensi kepustakaan diperkenankan untuk dicatat, tetapi pengutipan atau ringkasan isi tulisan hanya dapat dilakukan dengan seizin peneliti dan disertai ketentuan pengutipan secara ilmiah dengan menyebutkan sumbernya.

Untuk keperluan perizinan pada peneliti, dapat menghubungi informasi yang tertera di bawah ini :

Nama : Zakia Zahara

Alamat : Jalan Masjid Nurul Ihsan 2, Kel. Jatiwaringin Kec. Pondok
Gede Kab. Jawa Barat 17411

No. Telp : 0813 2437 2621

E-mail : zakiazahara37@gmail.com

UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas ini dengan baik. Dimana Tugas Akhir ini penulis sajikan dalam bentuk buku yang sederhana. Adapun judul Tugas Akhir, yang penulis ambil sebagai berikut, **“Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Tas Ransel Pada Anugrah Mulya Djaya di Jakarta Timur”**.

Tujuan penulisan Tugas Akhir ini dibuat sebagai salah satu syarat kelulusan Program Sarjana Universitas Nusa Mandiri. Sebagai bahan penulisan diambil berdasarkan hasil penelitian (eksperimen), observasi dan beberapa sumber literatur yang mendukung penulisan ini. Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan dan dorongan dari semua pihak, maka penulisan Tugas Akhir ini tidak akan lancar. Oleh karena itu pada kesempatan ini, izinkanlah penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Dwiza Riana, S.Si., MM., M.Kom., IPU., ASEAN.Eng, selaku Rektor Universitas Nusa Mandiri.
2. Ibu Dr. Nita Merlina, M.Kom, selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik Universitas Nusa Mandiri.
3. Ibu Ida Zuniarti, S.E., M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Ibu Instianti Elyana, M.M., M.Kom, selaku Ketua Program Studi Manajemen.
5. Ibu Ida Zuniarti, S.E, M.M, selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir.
6. Bapak/ibu dosen Program Studi Manajemen Universitas Nusa Mandiri yang telah memberikan penulis dengan semua bahan yang diperlukan
7. Staf/ karyawan / dosen di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusa Mandiri.
8. Bapak Ahmad Mulyono, selaku Direktur Utama Anugrah Mulya Djaya.

9. Orang tua tercinta yang telah memberikan dukungan moral maupun spritual.
10. Rekan-rekan mahasiswa kelas 24.8A.06,

Serta semua pihak yang terlalu banyak untuk disebut satu persatu sehingga terwujudnya penulisan ini. Penulis menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir ini masih jauh sekali dari sempurna, untuk itu penulis mohon kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan penulisan dimasa yang akan datang.

Akhir kata semoga Tugas Akhir ini dapat berguna bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca yang berminat pada umumnya.



ABSTRAK

Zakia Zahara (24210072), Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Tas Ransel Pada Anugrah Mulya Djaya di Jakarta Timur.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian tas ransel pada Anugrah Mulya Djaya di Jakarta Timur. Latar belakang penelitian ini didasari oleh adanya penurunan volume penjualan selama dua tahun terakhir yang diduga disebabkan oleh menurunnya persepsi konsumen terhadap mutu produk dan kekuatan citra merek perusahaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 120 responden yang dipilih secara purposive sampling, dengan kriteria responden yang telah atau pernah melakukan pembelian produk. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2) dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan citra merek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, ditunjukkan dengan nilai signifikansi 0,000. Secara parsial, kualitas produk memiliki pengaruh dominan dengan nilai t sebesar 11,651 dan citra merek juga berpengaruh signifikan dengan nilai t sebesar 8,381. Koefisien determinasi sebesar 0,813 menunjukkan bahwa kedua variabel independen menjelaskan 81,3% variasi dalam keputusan pembelian. Temuan ini mengindikasikan bahwa upaya peningkatan kualitas produk yang mencakup desain, daya tahan, dan kenyamanan, serta penguatan citra merek melalui strategi komunikasi yang tepat, menjadi kunci penting dalam meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk tas ransel lokal.

Kata Kunci: kualitas produk, citra merek, keputusan pembelian, tas ransel, konsumen

ABSTRACT

Zakia Zahara (24210072), *The Influence of Product Quality and Brand Image on Purchase Decisions of Backpack Products at Anugrah Mulya Djaya in East Jakarta.*

This study aims to determine and analyze the influence of product quality and brand image on the purchasing decisions of backpack products at Anugrah Mulya Djaya in East Jakarta. The research was motivated by a decline in sales over the past two years, suspected to be caused by a decrease in consumer perceptions of product quality and brand image. This research employs a quantitative approach with a survey method. Data were collected through questionnaires distributed to 120 respondents selected using purposive sampling, with criteria including those who have purchased or used the product. The collected data were analyzed using validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression, t-test, F-test, and coefficient of determination (R^2), assisted by SPSS version 25. The results show that product quality and brand image simultaneously have a significant effect on purchasing decisions, indicated by a significance value of 0.000. Partially, product quality has the most dominant influence with a t-value of 11,651, while brand image also has a significant effect with a t-value of 8.381. The coefficient of determination of 0.813 indicates that both independent variables explain 81,3% of the variation in purchasing decisions. These findings suggest that improving product quality—including design, durability, and comfort—and strengthening brand image through effective communication strategies are essential in increasing consumer purchase interest in local backpack products.

Keywords: brand image, consumer decision, product quality, backpack, purchase intention

DAFTAR PUSTAKA

- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia Di Kota Manado the Influence of Brand Image, Promotion and Service Quality on Consumer Purchase Decisions on Tokopedia E-Commerce in Manado. *663 Jurnal EMBA*, 9(2), 663–674.
- Arianty, & Andira. (2021). *Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian*. *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*.
- Assauri, P. D. S. (2018). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*.
- Ayuni, Amanda S. N. S., & Yusuf A. (2021). *PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN BRAND IMAGE TERHADAP CONTINUANCE USAGE INTENTION PLATFORM DANA DOMPET DIGITAL OLEH GENERASI Y DAN Z*. *XX(3)*, 96–211.
<https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jspi/article/view/43198>
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*.
- Jurnal, S., Manajemen, L., & Riyanto, K. (2023). *Pengaruh Penetapan Harga , Kualitas Produk , Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. *Abstrak Pendahuluan Perkembangan dunia usaha dan bisnis saat ini tumbuh dengan pesat , berdampak pada Score : Jurnal Lentera Manajemen Pemasaran Indeks kepuasan . 01(01)*, 30–37.
- Keller, K. L. (2020). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing 2018*. Pearson Education.

Kotler, P. K., & Keller, K. L. (2017). *Marketing Management*.

Marlius. (2017). *Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis dan Bauran Pemasaran*.

Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*.

Prof. Dr. Sugiyono, M. P. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.

Rahmola, M., Juanna, A., & Abdussamad, Z. K. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Konveksi Aria Kaos Kota Gorontalo. *Jambura*, 5(1), 2022. <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>

S, S. D., & Fadlia, F. (2022). Sistem Informasi Manajemen Produksi Pakaian Pada Cv Kumaha Konveksi. *Jurnal Penelitian Mahasiswa Teknik Dan Ilmu Komputer (JUPITER)*, 2(1), 35–42. <https://doi.org/10.34010/jupiter.v2i1.7323>

Sumarsono, & Santoso. (2019). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Pemasaran Modern*.

Swastha, B., & Handoko, T. H. (2020). *Manajemen Pemasaran Modern*.

Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*.

Vanitha, S., & Aaker, D. A. (2020). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*.

Witjaksono, I. A. M. S. S. I. A. D. (2023). *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi) FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN*. 1370–1385.

- Aziz, R. R. R., Hanfan, A., & Susilawati, A. D. (2022). Pengaruh Persepsi Citra Merek, Persepsi Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Distro Bloods di Kota Tegal. *Konsentrasi: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 1–8. <https://doi.org/10.24905/konsentrasi.v3i1.30>
- Fauziah, D., Ali, H., Haymans Manurung, A., & Jumawan. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Produk Skintific (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Siber Multi Disiplin*, 1(4), 159–172. <https://doi.org/10.38035/jsmd.v1i4.76>
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*.
- Hair. (2019). *Multivariate Data Analysis (8th ed.)*. Cengage Learning.
- Mari Ci, A., & Raymond. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Di Golden City Residence Kota Batam. *JURNAL ILMU: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(3), 10. https://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/scientia_journal/article/view/2987
- Nur' Aini, S. S., & Subiyantoro, H. (2024). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada Produksi Konveksi Tas Fooboo Store di Kecamatan Ngunut. *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika*, 2(2), 127–135. <https://doi.org/10.70052/jeba.v2i2.457>
- Pratamasari, V. F., & Sulaeman, E. (2022). Pengaruh brand awareness dan brand image terhadap keputusan pembelian. *Forum Ekonomi*, 24(2), 422–432. <https://doi.org/10.30872/jfor.v24i2.10837>
- Rehansyah, F., & Simatupang, L. N. (2023). PENGARUH DESAIN PRODUK, CITRA MEREK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU OLAHRAGA MEREK ADIDAS (Studi pada Mahasiswa FEB Universitas Satya Negara Indonesia). *Jurnal Manajemen*, 7(2), 20–32. <https://doi.org/10.54964/manajemen.v7i2.244>