

PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *PRODUCT QUALITY*
TERHADAP *BUYING DECISION* MELALUI
COMPETITIVE ADVANTAGE PADA
MEREK MANULIFE DI SURABAYA



OLEH :
YNGWIE ANGKA
3103018089

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2021

PENGARUH *PRODUCT QUALITY* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP *BUYING DECISION* MELALUI
COMPETITIVE ADVANTAGE PADA
MEREK MANULIFE DI SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan Manajemen

OLEH:

YNGWIE ANGKA

3103018089

FAKULTAS BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2021

HALAMAN PERSETUJUAN

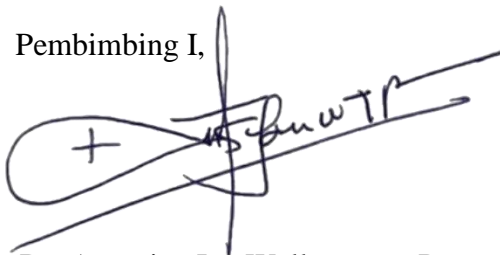
SKRIPSI

**PENGARUH *PRODUCT QUALITY* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP *BUYING DECISION* MELALUI
COMPETITIVE ADVANTAGE PADA
MEREK MANULIFE DI SURABAYA**

OLEH:
YNGWIE ANGKA
3103018089

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Antonius Jan Wellyantony Putro, SE., M.Si.

NIDN : 0721017201

Tanggal: 13 Desember 2021

Pembimbing II,



Maria Mia Kristanti, SE., MM.

NIDN : 0726016901

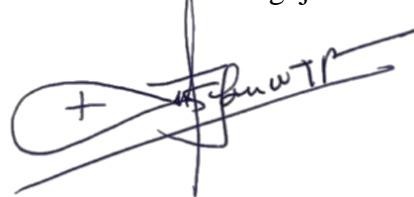
Tanggal: 13 Desember 2021

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Yngwie Angka NRP 3103018089

Telah diuji pada tanggal 20 Desember 2021 dan dinyatakan lulus oleh tim penguji

Ketua Tim Penguji



Dr. Antonius Jan Wellyantony Putro, SE., M.Si.

NIDN: 0721017201

Mengetahui:

Dekan,



Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., CPA

NIDN: 0713097203

Ketua Jurusan,

Yulika Rosita Agripina, S.M., MIB

NIDN: 0701079401

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yngwie Angka

NRP : 3103018089

Judul Skripsi : Pengaruh *Product Quality* dan *Brand Image* terhadap *Buying Decision* melalui *Competitive Advantage* pada merek Manulife di Surabaya.

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan / ditampilkan di Internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undangundang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, Desember 2021

Yang menyatakan



Yngwie A

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir dengan baik. Penulisan tugas akhir dengan judul “Pengaruh *Product Quality* Dan *Brand Image* Terhadap *Buying Decision* Melalui *Competitive Advantage* Pada Merek Manulife Di Surabaya”. Tugas akhir ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program pendidikan S-1 Jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Dalam menyelesaikan tugas akhir ini, telah banyak pihak yang membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CPA selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Yulika Rosita Agrippina, S.M., MIB. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Dr. Antonius Jan Wellyantony Putro, SE., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan dan saran sehingga tugas akhir dapat terselesaikan dengan baik.
4. Maria Mia Kristanti, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan dan saran sehingga tugas akhir dapat terselesaikan dengan baik.
5. Seluruh Dosen Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, yang telah memberikan seluruh ilmu yang diperlukan untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Tim Asdos Lab Riset Statistik yang banyak memberikan bantuan, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
7. Segenap keluarga dari papa dan mama hingga kakak dan adik serta Keluarga Bapak Yoseph Dhewa yang selalu memberikan doa dan dukungan dalam menyelesaikan tugas akhir.

8. Teman-teman seperjuangan, Kevin, Aldo, Fara yang telah memberikan dukungan dan membantu penulis selama masa pengerjaan skripsi.
9. Teman-teman yang seperti saudara, Edo, Calvin, Rizal yang selalu ada mengisi waktu-waktu luang, kesenangan, serta canda tawa bersama dan menjadikan keluarga baru bagi penulis serta buat Ce Sari terimakasih buat dukungannya.
10. Teman – teman SMA, Kharis, Nanda, Andika, Aldo, Dan lainnya, serta Sheva, Vara, Febi yang sudah mendukung dan mendoakan penulis agar bisa menyelesaikan skripsi ini.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang sudah tulus dan ikhlas memberikan doa dan motivasi sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.
12. “Last But Not Least, I Wanna Thank Me For Believing In Me, I Wanna Thank Me For Doing All This Hard Work, I Wanna Thank Me For Having No Days Off” - SNOOPDOGG

Penulis menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna sehingga masih banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran agar kedepannya tugas akhir ini dapat menjadi karya yang lebih baik lagi. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat dan berguna bagi pihak yang memerlukan. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih.

Surabaya, Desember 2021



Yngwie A

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.2 Penelitian Terdahulu	15
2.3 Pengembangan Hipotesis	17
2.4 Model Penelitian	22
BAB 3 METODE PENELITIAN	23
3.1 Desain Penelitian	23
3.2 Identifikasi Variabel.....	23
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	23
3.4 Pengukuran Variabel.....	26
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	26
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	27
3.7 Populasi, Sampel dan Teknik Penyampelan	27

3.8 Teknis Analisis.....	28
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	31
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	31
4.2 Deskriptif Data.....	33
4.3 Hasil Analisis Data	37
4.4 Pembahasan.....	44
BAB 5 SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN.....	49
5.1 Simpulan	49
5.2. Keterbatasan.....	50
5.3 Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Kategori Asuransi Jiwa	3
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu Dan Penelitian Sekarang	16
Tabel 4.1 Karakter Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	32
Tabel 4.2 Karakter Responden Berdasarkan Usia	33
Tabel 4.3 Karakter Responden Berdasarkan Pekerjaan	33
Tabel 4.4 Kriteria Skor Variabel	34
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel Product Quality	34
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel Brand Image	35
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel Competitive Advantage	36
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel Buying Decision	37
Tabel 4.9 Outer Loading	38
Tabel 4.10 Nilai AVE	39
Tabel 4.11 Cross Loading	40
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas	41
Tabel 4.13 Nilai R-Square	42
Tabel 4.14 Koefisien Pengaruh dan T-Statistic	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	22
------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

Lampiran 2 Karakteristik Responden

Lampiran 3 Hasil Kuisisioner

Lampiran 4 Statistik Variabel

Lampiran 5 Outer Loading

Lampiran 6 Cronbach's Alpha, Composite Reliability, Average Variance Extracted (AVE)

Lampiran 7 Cross Loadings

Lampiran 8 R-Square

Lampiran 9 Path Coefficients, Standart Deviation, T-Values, P-Values

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *product quality* dan *brand image* terhadap *buying decision* melalui *competitive advantage* pada merek Manulife di Surabaya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability* dengan *purposive sampling*. Sampel yang digunakan saat ini sejumlah 150 responden. Persyaratan responden dalam penelitian ini adalah berusia minimal 17 tahun, berdomisili di Surabaya, merupakan nasabah dari asuransi PT Asuransi Jiwa Manulife. Teknik analisis data yang digunakan adalah SEM-PLS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *product quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *competitive advantage*, dan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *buying decision*. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *competitive advantage* dan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *buying decision*. *Product quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *buying decision* melalui *competitive advantage*, dan *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *buying decision* melalui *competitive advantage* dan *competitive advantage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *buying decision*.

Saran dari peneliti untuk PT Asuransi Jiwa Manulife yaitu perusahaan perlu meningkatkan *product quality*, *brand image*, dan *competitive advantage*, agar konsumen memutuskan untuk membeli produk tersebut. sehingga menciptakan *buying decision* sehingga perusahaan memiliki keunggulan bersaing dan citra merek semakin baik.

Kata Kunci: *Product Quality*, *Brand Image*, *Competitive Advantage*, *Buying Decision*.

THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND BRAND IMAGE ON BUYING DECISIONS THROUGH COMPETITIVE ADVANTAGE ON THE MANULIFE BRAND IN SURABAYA

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of *product quality* and brand image on *buying decisions* through *competitive advantage* on the Manulife brand in Surabaya. The sampling technique used is non-probability with side purposive. The sample used today is 150 respondents. Requirements for respondents in this study are at least 17 years old, domiciled in Surabaya, are customers of PT Asuransi Jiwa Manulife insurance. The data analysis technique used is SEM-PLS.

The results of this study indicate that *product quality* has a positive and significant effect on *competitive advantage*, and also has a positive and significant effect on buying decisions. *Brand image* has a positive and significant effect on *competitive advantage* and also has a positive and significant effect on *buying decisions*. *Product quality* has a positive and significant effect on *buying decisions* through *competitive advantage*, and *brand image* has a positive and significant effect on *buying decisions* through *competitive advantage* and *competitive advantage* has a positive and significant effect on *buying decisions*.

Suggestions from researchers for PT Asuransi Jiwa Manulife, namely companies need to improve *product quality*, *brand image*, and *competitive advantage*, so that consumers decide to buy these products.

Key Words : *Product Quality, Brand Image, Competitive Advantage, Buying Decision.*