



**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN INDOMIE**

**SKRIPSI**

**SONDY ARLIZAL 1710111220**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
2021**



**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN INDOMIE**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

**SONDY ARLIZAL 1710111220**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA**

**2021**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : SONDY ARLIZAL

NIM : 1710111220

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 16 Juli 2021

Yang Menyatakan,



(SONDY ARLIZAL)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : SONDY ARLIZAL  
NIM : 1710111220  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen Program Sarjana  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

**Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian  
Indomie**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 16 Juli 2021

Yang Menyatakan,

  
(SONDY ARLIZAL)

# SKRIPSI

## PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN INDOMIE

*Dipersiapkan dan disusun oleh:*

**SONDY ARLIZAL 1710111220**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 16 Juli 2021



**Suharyati, SE, MM**

**Ketua Penguji**



**Jenji Gunaedi Argo, SE, MM**

**Penguji I**



**Dr. Miguna Astuti, S.Si., M.M., MOS., CPM**

**Penguji II (Pembimbing)**



**Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE, Ak, M.Ak, CA, CSRS**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis**



**Wahyudi, S.E., M.M**

**Ketua Program Studi Manajemen**

**Program Sarjana**

Disahkan di : Jakarta  
Pada Tanggal : 16 Juli 2021

***The Influence of Brand Image and Product Quality on Indomie Purchase Decisions***

***By Sony Arlizal***

***Abstract***

*The purpose of this study is to prove that there is an influence of brand image on purchasing decisions and product quality on purchasing decisions. This research is a quantitative research with primary data sources. Respondents of this study were Indomie consumers who lived in DKI Jakarta as many as 100 people using purposive sampling technique as a sampling technique. The data analysis technique used is descriptive and inferential data analysis techniques. Based on the results of data processing through t-statistics on Smart PLS, the results of this study are that brand image has a significant effect on purchasing decisions, with a path coefficient value of 0.463. While product quality has a significant effect on purchasing decisions with a path coefficient value of 0.476.*

***Keywords : Purchasing Decision, Brand Image, Product Quality, Indomie***

**Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian  
Indomie**

**Oleh SONDY ARLIZAL**

**Abstrak**

Tujuan penelitian ini yaitu untuk membuktikan bahwa adanya pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan sumber data primer. Responden penelitian ini yaitu konsumen Indomie yang tinggal di DKI Jakarta sebanyak 100 orang dengan menggunakan teknik *purposive sampling* sebagai teknik pengambilan. Teknik analisis data yang dipakai adalah teknik analisis data deskriptif dan inferensial. Berdasarkan hasil pengolahan data melalui t-statistik pada *Smart PLS* maka hasil penelitian ini yaitu citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,463. Sementara kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,476.

**Kata Kunci :** Keputusan Pembelian, Citra Merek, Kualitas Produk, Indomie

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI**  
**SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2020/2021**

Hari ini Jumat, tanggal 16 bulan Juli 2021, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Sondy Arlizal




NIM : 1710111220

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut : Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Indomie

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* \*)

**Penguji**

No.	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Suharyati, SE, MM	Ketua Penguji	1. 
2	Jenji Gunaedi Argo, SE, MM	Penguji I	2. 
3	Dr. Miguna Astuti, S.Si., M.M., MOS., CPM	Penguji II **)	3. 

**Keterangan :**

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 16 Juli 2021  
Mengesahkan  
A.n. Dekan  
Kepala Program Studi  
Manajemen Program Sarjana



Wahyudi.,SE.,MM



## PRAKATA

Segala puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala Karunia-Nya, penulis diberi kesehatan dan kemampuan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat waktu, dengan judul skripsi **“Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Indomie”** sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan membantu dalam penyusunan skripsi ini kepada Ibu Dr. Dianwicakasih Arieftiara, S.E., Ak., M.Ak., CA., CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Ibu Dr. Desmintari, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Manajemen, Ibu Dr. Miguna Astuti, S.Si., M.M. selaku pembimbing I, Ibu Dienni Ruhjatini Sholihah, S.E., M.M. sebagai dosen pembimbing II, serta bapak/ibu dosen yang telah memberikan pengetahuan, arahan, dan saran yang bermanfaat bagi Penulis selama Penulis menempuh perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Selain itu Penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar - besarnya kepada kedua orang tua dan seluruh keluarga yang tiada henti-hentinya memberikan semangat, doa, motivasi serta dukungan kepada Penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini. Beserta orang - orang terdekat penulis dan teman – teman angkatan 2017, serta teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat yang berjasa dalam penelitian ini yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini. Penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Penulis sangat berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang manajemen pemasaran

Jakarta, 16 Juli 2021

Sondy Arlizar

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI</b> .....	<b>viii</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Perumusan Masalah.....	8
I.3 Tujuan Penelitian .....	8
I.4 Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
II.1 Landasan Teori.....	9
II.1.1 Pemasaran.....	9
II.1.2 Perilaku Konsumen .....	10
II.1.3 Keputusan Pembelian .....	12
II.1.4 Citra Merek.....	17
II.1.5 Kualitas Produk .....	20
II.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	23
II.3 Model Penelitian Empiris .....	30

II.3.1 Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	30
II.3.2 Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	31
II.4 Hipotesis.....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	33
III.1.1 Definisi Operasional.....	33
III.1.2 Pengukuran Variabel.....	34
III.2 Populasi dan Sampel .....	35
III.2.1 Populasi .....	35
III.2.1 Sampel.....	36
III.3 Teknik Pengumpulan Data .....	37
III.3.1 Jenis Data .....	37
III.3.2 Sumber Data.....	37
III.3.3 Pengumpulan Data .....	37
III.4 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis .....	39
III.4.1 Teknik Analisis Data.....	40
III.4.2 Uji Hipotesis.....	46
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>48</b>
IV.1. Deskripsi Objek Penelitian .....	48
IV.2. Deskripsi Data Penelitian.....	49
IV.2.1 Deskripsi Data Responden.....	49
IV.2.2 Analisis Data Deskriptif.....	52
IV.3. Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	55
IV.3.1 Uji Validitas.....	55
IV.3.2 Uji Reliabilitas .....	61
IV.3.3 Model Struktural (Inner Model).....	63
IV.4. Pembahasan.....	64
IV.4.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	64
IV.4.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	65

IV.5. Keterbatasan Penelitian.....	66
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>67</b>
V.1. Simpulan.....	67
V.2. Saran.....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>69</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Negara dengan konsumsi mie instan terbesar di dunia 2019 (dalam miliar bungkus).....	3
Tabel 2. Data Top Brand Index Mie Instan dalam 4 tahun terakhir .....	5
Tabel 3. Matriks Penelitian Sebelumnya .....	28
Tabel 4. Pengukuran Variabel.....	35
Tabel 5 Kisi Kisi Instrumen Penelitian .....	39
Tabel 6. Skala Likert.....	41
Tabel 7. Ukuran Tingkat Reliabilitas .....	47
Tabel 8. Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	55
Tabel 9. Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek .....	55
Tabel 10. Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk .....	56
Tabel 11. Variance Inflation Factor (VIF) .....	58
Tabel 12. Variance Inflation Factor (VIF) Setelah Re-Estimasi .....	58
Tabel 13. Cross Loading .....	59
Tabel 14. Outer Loading Factor Hasil Output SmartPLS .....	61
Tabel 15. Fornell-Lacker Criterium .....	62
Tabel 16. Average Variance Extracted (AVE) .....	62
Tabel 17. Composite Reliability .....	63
Tabel 18. Croanbach's Alpha .....	64
Tabel 19. Rata-Rata Outer Weight.....	64
Tabel 20. R Square.....	65
Tabel 21. Hasil Uji T Statistik.....	66

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Permintaan global terhadap mie instan 2015-2019 (dalam miliar bungkus) .....	2
Gambar 2 Most Chosen Indonesian Brands in Indonesian Urban 2019 .....	4
Gambar 3. Model Penelitian Empiris.....	32
Gambar 4. Langkah analisis PLS .....	43
Gambar 5. Rancangan Inner Model .....	43
Gambar 6. Rancangan Outer Model.....	44
Gambar 7. Gambar diagram jalur.....	45
Gambar 8. Contoh Produk Indomie .....	50
Gambar 9. Diagram Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	52
Gambar 10. Diagram Karakteristik Responden Menurut Usia .....	52
Gambar 11. Diagram Karakteristik Responden Menurut Jenis Pekerjaan.....	53
Gambar 12. Diagram Karakteristik Responden Menurut Domisili Kotamadya .....	54
Gambar 13. <i>Outer Model</i> .....	60

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Hasil Penelitian Terdahulu
- Lampiran 2 Matriks Penelitian Terdahulu
- Lampiran 3 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4 Data Kuesioner 100 Responden
- Lampiran 5 Hasil Deskripsi Data Responden
- Lampiran 6 Hasil Deskriptif Data Penelitian
- Lampiran 7 Hasil Output Outer Model PLS
- Lampiran 8 Hasil Output Model PLS
- Lampiran 9 T Tabel
- Lampiran 10 Hasil Turnitin