



**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN  
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE  
SEDAAP**

**SKRIPSI**

**AMANDUS EDI GUNAWAN**

**1410111061**

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



**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN  
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE  
SEDAAP**

**SKRIPSI**

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

**Amandus Edi Gunawan 1410111061**

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

# SKRIPSI

## PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE SEDAAP

*Dipersiapkan dan disusun oleh :*

**Amandus Edi Gunawan 1410111061**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 08 Juli 2021

dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Lina Aryani, S.E.,M.M  
Ketua Penguji



Yuliniar., S.E.,M.M  
Penguji 1



Drs., Nobelson.,M.M  
Penguji 2



Dr. Dianwicakasih Arieftiara, S.E., Ak., M.Ak., CA.  
Dekan



Wahyudi, S.E., M.M  
Ketua Program Studi  
Manajemen Program Sarjana

Disahkan di : Jakarta  
Pada Tanggal : 08 Juli 2021

## PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Amandus Edi Gunawan

NIM : 1410111061

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

Depok, 08 Juli 2021

Yang Menyatakan



(Amandus Edi Gunawan)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

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

Nama : Amandus Edi Gunawan  
NIM : 1410111061  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : SI Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

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

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE SEDAAP**

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok  
Pada tanggal : 08 Juli 2021

Yang menyatakan



(Amandus Edi Gunawan)



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450, Telepon 021-7656971  
Laman : [www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id), e-mail : [febupnvj@upnvj.ac.id](mailto:febupnvj@upnvj.ac.id)

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

Hari ini Rabu, tanggal 08 Juli 2021, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Amandus Edi Gunawan




NIM : 1410111061

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedaap

Dinyatakan yang bersangkutan (~~*Fidak Lulus/Lulus*~~ )

**Penguji**

No.	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Ibu Lina Aryani., S.E.M.M	Ketua	1. 
2	Yuliniar., SE., MM.	Penguji I	2. 
3	Drs., Nobelson., MM.	Penguji II **)	3. 

**Keterangan :**

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 08 Juli 2021

Mengesahkan

A.n. Dekan

Kepala Program Studi  
Manajemen Program Sarjana



Wahyudi.,S.E.,M.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan dengan judul **“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedaap”**. Dengan ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada Ibu Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta dan Bapak Wahyudi S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Ucapan terimakasih juga saya sampaikan kepada Bapak Drs. Nobelson Syarif dan ibu Dienni Ruhjatini Sholihah, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan saran-saran bermanfaat untuk skripsi saya, serta kepada seluruh tenaga kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan bimbingan dan bantuan akademik selama masa kuliah.

Ucapan terimakasih juga penulis sampaikan kepada orang tua tersayang Bapak Sukiman dan Ibu A R Yuliasitni, serta abang saya Robertus Eko Prasetyo dan keluarga tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan dalam menyelesaikan usulan penelitian ini. Penulis juga menyampaikan ucapan terimakasih kepada teman-teman, sahabat No Maden No Life, Grup grupan, Teman teman KMK UPNVJ, sahabat Skripsi, Alif Rahman Khalifah, Yokatama, Andi Sukma, Muhammad Ryfa, Zhando Laksamana dan juga rekan-rekan, COMA family yang telah menemani dan memberikan dukungan kepada penulis selama menulis skripsi ini, serta teman-teman lain yang namanya tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat pada bidangnya di masa yang akan datang.

Depok, 08 Juli 2021

Amandus Edi Gunawan

# **Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedaap**

**Oleh**  
**Amandus Edi Gunawan**

## **Abstrak**

Penelitian ini menggunakan metode deskripsi kuantitatif yang dilakukan pada produk mie instant Sedaap. Mie sedaap merupakan salah satu mie instant yang terkenal di kalangan masyarakat Indonesia. Adapun tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui dan membuktikan apakah keputusan pembelian pada produk mie sedaap ini dipengaruhi oleh citra merek, kualitas produk dan harga. Populasi dalam penelitian ini yaitu para konsumen mie sedaap yang berdomisili di pondok labu. Sampel yang diambil sebanyak 75 orang responden dengan metode *non probability sampling*. Dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada para konsumen mie sedaap di pondok labu saat proses pengumpulan data berlangsung. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis inferensial dengan alat analisis yang digunakan adalah PLS (*Partial Least Square*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel citra merek berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel kualitas produk dan harga tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

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



***The Influence of Brand Image, Product Quality and Price on the Decision to Purchase Mie Sedaap***

***By***

**Amandus Edi Gunawan**

***Abstract***

*This study uses a quantitative description method which is carried out on Sedaap instant noodle products. Mie Sedaap is one of the famous instant noodles among Indonesian people. The purpose of this research is to find out and prove whether purchasing decisions on this delicious noodle product are influenced by brand image, product quality and price. The population in this study are the consumers of Mie Sedaap who live in Pondok Labu. Samples were taken as many as 75 respondents with non-probability sampling method. By distributing questionnaires to consumers of delicious noodles at the pumpkin cottage during the data collection process. The data analysis technique used is descriptive analysis and inferential analysis with the analytical tool used is PLS (Partial Least Square). The results showed that the variable brand image and significant effect on purchasing decisions, while product quality and price variables have no effect and are not significant on purchasing decisions.*

***Keywords : Brand Image, Product Quality, Price, Purchase Decision***

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	iii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	iv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	v
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
I.1. Latar belakang.....	1
I.2. Rumusan Masalah .....	5
I.3. Tujuan Penelitian .....	5
I.4. Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	7
II.1. Landasan Teori .....	12
II.2.1. Citra Merek.....	12
II.2.1.1 Elemen Citra Merek .....	12
II.2.1.2. Komponen Citra Merek.....	13
II.1.2.3. Dimensi Citra Merek.....	14
II.2.2 Kualitas Produk.....	14
II.2.2.1. Dimensi Kualitas Produk .....	15
II.2.3 Harga.....	16
II.2.3.1 Indikator Penetapan Harga.....	16
II.2.3.2. Tahapan Penetapan Harga.....	16
II.2.3.3. Tujuan Penetapan Harga .....	17
II.2.4 Keputusan pembelian.....	17
II.2.4.1 Faktor Penentu Keputusan Pembelian .....	18
II.2.4.2 Struktur Keputusan Pembelian.....	18
II.3 Model Penelitian Empiris .....	19
II.3.1 Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	19
II.3.2 Kualitas Produk Atas Keputusan Pembelian.....	19
II.3.3 Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	19
II.3.4 Kerangka Berpikir.....	20

II.4 Hipotesis .....	20
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>21</b>
III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	21
III.1.1. Definisi Operasional .....	21
III.1.2. Pengukuran Variabel.....	21
III.2 Penentuan Populasi dan Sample .....	22
III.2.1. Populasi.....	22
III.2.2. Sampel .....	23
III.3 Teknik Pemungutan Data .....	23
III.3.1. Rupa Data .....	23
III.3.2. Sumber Data .....	24
III.3.3. Pengumpulan Data.....	24
III.4. Teknik-Analisis Data.....	26
III.4.1. Analisis Statistik Deskriptif .....	26
III.4.2. Analisis Inferensial .....	28
III.5 Uji Hipotesis.....	27
III.5.1 Uji Statistik t (Uji t) .....	32
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>33</b>
IV. 1. Deskripsi Objek Penelitian.....	33
IV. 2. Deskripsi Data Penelitian .....	33
IV.2.1. Data Deskripsi Responden.....	33
IV.3. Teknik Analisis Data.....	35
IV.3.1. Analisis Deskriptif.....	35
IV.3.2. Analisis Inferensial .....	38
IV.3.3. Uji Hipotesis .....	47
IV.4 Pembahasan.....	48
IV. 4.1 Pengaruh Citra Merek atas vonis Pembelian Mie Sedaap Pada Konsumen Mie Sedaap di Pondok Labu.....	48
IV. 4.2 Pengaruh Kualitas Produk pada Vonis Pembelian Mie Sedaap atas Konsumen Mi Sedaap di Pondok Labu .....	49
IV. 4.3 Pengaruh Harga atas Vonis Pembelian Mie Sedaap Pada Konsumen Mie Sedaap di Pondok Labu.....	50
IV.5 Keterbatasan Penelitian .....	50

<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>51</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>52</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tracking Produk Mie Instan Dalam Top Brand Index .....	2
Tabel 2. Matriks Penelitian Terdahulu terkait dengan keputusan pembelian .....	10
Tabel 3. Pengukuran Variabel.....	22
Tabel 4. Penilaian Skala <i>Likert</i> .....	25
Tabel 5. Kisi-Kisi Instrumen.....	25
Tabel 6. Reting Jawab Responden .....	26
Tabel 7. Interpretasi Nilai Persentase Responden.....	27
Tabel 8. Tingkat Realibilitas Berdasarkan Nilai <i>Alpha Cronbach</i> .....	31
Tabel 9. Ciri Penjawab atas Jenis Kelamin.....	33
Tabel 10. Ciri Penjawab atas Usia .....	34
Tabel 11. Jenis Penjawab atas kerjaan .....	34
Tabel 12. Jenis Penjawab atas Pendapatan Tiap Bulan.....	35
Tabel 13. Hasil tanggapan responden terhadap variabel vonis pembelian .....	35
Tabel 14. Hasil tanggapan responden terhadap variabel citra merek.....	36
Tabel 15. Hasil jawab penjawab atas variabel kualitas produk .....	37
Tabel 16. Perolehan jawaban penjawab atas variabel kualitas produk .....	38
Tabel 17. <i>Outer loading factor</i> .....	44
Tabel 18. <i>Fornell-Lacker Criterium</i> .....	45
Tabel 19. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	45
Tabel 20. <i>Composite Reliability (CR)</i> .....	46
Tabel 21. Croncbach Alpha.....	46
Tabel 22. <i>R-Square</i> .....	46
Tabel 23. Uji statistik t .....	47

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Pemikiran Model Empiris (Data Primer).....	1
Gambar 2 Kerangka Pemikiran.....	20
Gambar 3 <i>Langkah Penggunaan PLS</i> .....	29
Gambar 4 <i>Kerangka Model Penelitian</i> .....	30
Gambar 5 Rancangan <i>Inner Model</i> .....	39
Gambar 6 <i>Outer model</i> Keputusan Pembelian.....	39
Gambar 7 <i>Outer model</i> Citra Merek .....	40
Gambar 8 <i>Outer model</i> Kualitas Produk.....	40
Gambar 9 <i>Outer model</i> Harga.....	40
Gambar 10 Kontruksi diagram jalur .....	41
Gambar 11 <i>Outer</i> Sebelum Re-Estimasi .....	42
Gambar 12 <i>Outer Model</i> setelah di Re-estimasi .....	43
Gambar 13 <i>Inner model</i> .....	48

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Matriks Penelitian Terdahulu .....	52
Lampiran 2 Lampiran Penelitian Terbaru .....	54
Lampiran 3 Hasil Analisis Deskriptif Data Penelitian.....	57
Lampiran 4 Hasil <i>Outer Model Smart</i> PLS 3.0.....	59
Lampiran 5 Hasil Output Model Smart PLS 3.0.....	61