



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN TEH BOTOL SOSRO (STUDI KASUS PADA
MASYARAKAT DI WILAYAH JAKARTA SELATAN)**

SKRIPSI

FACHRUL ARHINZA 1610111109

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

2020



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUTSAN PEMBELIAN
KONSUMEN TEH BOTOL SOSRO (STUDI KASUS PADA
MASYARAKAT DI WILAYAH JAKARTA SELATAN)**

SKRIPSI

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

FACHRUL ARHINZA 1610111109

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2020**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Fachrul Arhinza

NIM : 1610111109

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

Jakarta, 21 Juli 2020

Yang Menyatakan,



Fachrul Arhinza

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Fachrul Arhinza
NIM : 1610111109
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB)
Program Studi : SI Manajemen
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 Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan
Pembelian Konsumen Teh Botol Sosro (Studi Kasus Pada Masyarakat Di
Wilayah Jakarta Selatan)**

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 : 21 Juli 2020

Yang Menyatakan,



Fachrul Arhinza

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMENTEH BOTOL SOSRO
(STUDI KASUS PADA MASYARAKAT DI
WILAYAH JAKARTA SELATAN)**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Fachrul Arhinza 1610111109

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 27 Juli
2020 Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Dr. MB. Nani Ariani, SE., MM

Ketua Penguji



Rosali, SE., MM.

Penguji 1



Tati Handayani, SE., MM

Penguji 2 (Pembimbing)



Dr. Desmintari S.E., M.M.

Ketua Jurusan



Wahyudi, SE., MM

Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta

Pada tanggal : 27 Juli 2022



**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 2019/2020**

Hari ini, Rabu, tanggal 8 Juli 2020 telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa:

Nama : Fachrul Arhinza




NIM 1610111109

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut: **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TEH BOTOL SOSRO (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT DI WILAYAH JAKARTA SELATAN)”**

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

Penguji

No.	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. MB. Nani Ariani, SE., MM.	Ketua Penguji	
2	Rosali, SE., MM.	Penguji I	
3	Tati Handayani, SE, MM	Penguji II **)	

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

***) Dosen Pembimbing

Jakarta, 27 Juli 2020

Mengesahkan

A.n. Dekan

Kaprodi Manajemen S1



Wahyudi, SE., MM

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat ALLAH SWT, atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Teh Botol Sosro (Studi Kasus Pada Masyarakat di Jakarta Selatan)”**. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis untuk menyusun penelitian ini, pihak-pihak tersebut adalah:

Kedua orang tua yang telah memberikan dukungan kepada penulis baik secara moril dan materil, serta kepada saudara-saudara kandung penulis yang juga telah memberikan dukungan kepada penulis dan meminjamkan laptopnya sehingga skripsi ini bisa diselesaikan tepat pada waktunya.

Ibu Tati Handayani, SE, MM selaku dosen pembimbing I dan Drs. Syarief Ali, M.Si., CHRP selaku dosen pembimbing II karena telah memberikan arahan dan saran yang bermanfaat bagi penulis untuk menyusun Skripsi ini.

PT. Nutrifood Indonesia sebagai tempat belajar, bekerja dan mengisi kegiatan selama mengerjakan skripsi, sehingga tetap bisa berproduktif walaupun hanya mengambil skripsi di semester ini.

Rekan-rekan seperjuangan angkatan 2016 manajemen, khususnya grup kelompok belajar dan lambe UPN yang telah support berupa sharing- sharing pengalaman sidang skripsi sebelumnya.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat menjadi pedoman untuk penelitian-penelitian yang akan datang.

Jakarta, 15 Juni 2020

Fachrul Arhinza

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK.....	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	ix
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	1
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Teori Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	7
2.1.2.1 Tahapan Proses Keputusan Pembelian	8
2.1.2.2 Peran Dalam Suatu Keputusan Pembelian.....	9
2.1.2.3 Indikator Keputusan Pembelian	10
2.1.3 Kualitas Produk.....	11
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Produk.....	12
2.1.3.2 Faktor - faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk	13
2.1.3.3 Dimensi Kualitas Produk	15

2.1.4	Harga.....	17
2.1.4.1	Pengertian Harga.....	17
2.1.4.2	Strategi Penentuan Harga.....	18
2.1.4.3	Tujuan Penetapan Harga	19
2.1.4.4	Tujuan Penetapan Harga	19
2.1.4.5	Indikator Harga	20
2.1.5	Citra Merek	21
2.1.5.1	Pengertian Citra Merek	21
2.1.5.2	Elemen Citra Merek.....	21
2.1.5.3	Peranan dan Kegunaan Merek	22
2.1.5.4	Dimensi Citra Merek.....	22
2.1.5.5	Komponen Citra Merek.....	23
2.2	Hasil Penelitian Sebelumnya	25
2.3	Model Penelitian	28
2.4	Hipotesis	30

BAB III METODE PENELITIAN32

3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	32
3.1.1	Definisi Operasional	32
3.1.2	Pengukuran Variabel.....	33
3.2	Populasi dan Sampel.....	33
3.2.1	Populasi.....	33
3.2.2	Sampel.....	34
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.3.1	Jenis Data	34
3.3.2	Sumber Data.....	34
3.3.3	Pengumpulan Data	35
3.4	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	36
3.4.1	Teknik Analisis Data.....	36
3.4.1.1	Analisis Data Deskriptif.....	37
3.4.1.2	Analisis Inferensial	38
3.4.1.3	Partial Least Square (PLS).....	38
3.4.1.4	Langkah-langkah Partial Least Squareb(PLS).....	39

3.4.1.5	Uji Validitas dan Reliabilitas	39
3.4.2	Uji Hipotesis	42
3.4.2.1	Uji t (Uji signifikan Parameter Individual).....	42
3.4.2.2	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	43
3.5	Kerangka Model Penelitian.....	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		45
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	45
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	45
4.1.2	Visi-Misi dan Filosofi Perusahaan.....	45
4.2	Deskripsi Data Penelitian.....	46
4.2.1	Deskripsi Data Responden.....	46
4.3	Teknik Analisis Data.....	48
4.3.1	Analisis Data Deskriptif.....	49
4.3.2	Analisis Inferensial	55
4.3.2.1	Merancang Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	55
4.3.2.2	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	56
4.3.2.3	Mengkontruksi Diagram Jalur PLS	58
4.3.2.4	Estimasi.....	58
4.3.2.5	Evaluasi <i>Goodness of Fit</i>	60
4.3.3	Uji Hipotesis (Uji t-statistik).....	64
4.4	Pembahasan.....	66
4.4.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	66
4.4.2	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	67
4.4.3	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	68
4.5	Keterbatasan Penelitian.....	69
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		71
5.1	Simpulan	71
5.2	Saran	71
DAFTAR PUSTAKA		73
RIWAYAT HIDUP		76
LAMPIRAN.....		78

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Produsen Teh dan Produknya	1
Tabel 2. Top Brand Indeks 2016-2019	2
Tabel 3. Matriks Penelitian Terdahulu Terkait Keputusan Pembelian	28
Tabel 4. Pengukuran Variabel.....	33
Tabel 5. Skala Likert	36
Tabel 6. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	36
Tabel 7. Peringkat Jawaban Responden.....	37
Tabel 8. Interpretasi Nilai Presentase Responden	38
Tabel 9. Langkah-Langkah Analisis PLS	39
Tabel 10. Tingkat Reliabilitas Nilai Cronbach Alpha.....	42
Tabel 11. Interpretasi Nilai Presentase Responden	49
Tabel 12. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan.....	50
Tabel 13. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk	51
Tabel 14. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga	52
Tabel 15. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek.....	54
Tabel 16. Outer Loading Factor Output Smart PLS 3.0.....	60
Tabel 17. Average Variance Extracted (AVE).....	61
Tabel 18. Uji Reliabilitas	62
Tabel 19. Nilai R Square dan R Square Adjusted	64
Tabel 20. Hasil Uji t-Statistik.....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model Penelitian	29
Gambar 2. Kerangka Model Penelitian.....	44
Gambar 3. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	46
Gambar 4. Karakteristik Responden Menurut Usia	47
Gambar 5. Karakteristik Responden Menurut Jenis Pekerjaan.....	48
Gambar 6. Rancangan Inner Model	56
Gambar 7. Outer Model Keputusan Pembelian	57
Gambar 8. Outer Model Kualitas Produk	57
Gambar 9. Outer Model Harga.....	57
Gambar 10. Outer Model Citra Merek.....	58
Gambar 11. Kontruk Diagram Jalur.....	58
Gambar 12. Outer Model	59
Gambar 13. Inner Model.....	66

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Data Kuesioner 100 Responden
- Lampiran 3. Hasil Deskripsi Data Responden
- Lampiran 4. Hasil Deskripsi Data Penelitian
- Lampiran 5. Hasil *Output Outer Model PLS*
- Lampiran 6. Hasil *Output Inner Model PLS*
- Lampiran 7. Hasil *Output Model PLS*
- Lampiran 8. Hasil Turnitin