



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

**SKRIPSI**

**DISUSUN OLEH :**

**JESHICA VALENTINA      2110111046**

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

**2024**



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

**SKRIPSI**

**DISUSUN OLEH :**

**JESHICA VALENTINA      2110111046**

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

**2024**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Jeshica Valentina

NIM : 2110111046

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

Jakarta, 30 September 2024

Yang menyatakan,



Jeshica Valentina

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Jeshica Valentina  
NIM : 2110111046  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : S1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

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

**Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian  
Mixue**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/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 : 19 Desember 2024

Yang menyatakan,

The image shows a handwritten signature in black ink over a yellow postage stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '25000', 'METERAI TEMPEL', and the alphanumeric code '25AMX139100818'. Below the stamp, the name 'Jeshica Valentina' is printed in a black serif font.

Jeshica Valentina

**SKRIPSI**

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

*Dipersiapkan dan disusun oleh:*

**Jeshica Valentina 211011046**

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 19 Desember 2024  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



**Dr. Yudi Nur Supriadi, Sos.I, MM**

**Ketua Penguji**



**Dr. Guntur Syahputra Saragih, M.S.M.**

**Penguji I**



**Dra. Bernadin Dwi, MM.,CPM**

**Penguji II (Pembimbing)**



**Dr. Juliaedah, SE., MM**

**Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis**



**Siti Hidayati, S.E.,M.M**

**Ketua Program Studi S1 Manajemen**

Disahkan di : Jakarta

Pada Tanggal : 19 Desember 2024

***The Effect Of Brand Image, Price, And Product Quality  
On Mixue Purchase Decisions***

**By Jeshica Valentina**

**Abstract**

*This study is entitled "The Effect Of Brand Image, Price, And Product Quality On Mixue Purchase Decisions". The purpose of this study is to analyze, identify,, and empirically the influence of brand image, price, and product quality on consumer purchasing decisions of Mixue. This research utilizes primary data collected from a population of Mixue consumers, with a sample size of 135 respondents selected through an online questionnaire distributed via Google Form. The sampling method employed in this study is non-probability sampling with a purposive sampling approach. Data processing was performed using quantitative descriptive analysis, followed by analysis using SmartPLS 4.0 software. The results indicate that product quality has a significant positive effect on the purchase decision of Mixue products, while brand image does not show a significant impact. Additionally, price perception was found to positively influence consumer purchasing decisions, highlighting the importance of product quality and pricing strategies in the marketing of Mixue.*

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

# **Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mixue**

**By Jeshica Valentina**

## **Abstrak**

Penelitian ini berjudul "Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Mixue". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis, mengidentifikasi, dan menguji secara empiris pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen Mixue. Penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan dari populasi konsumen Mixue, dengan ukuran sampel sebanyak 135 responden yang dipilih melalui kuesioner daring yang disebarakan melalui Google Form. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non-probability sampling dengan pendekatan purposive sampling. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif kuantitatif, dilanjutkan dengan analisis menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk Mixue, sedangkan citra merek tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Selain itu, persepsi harga ditemukan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen, yang menyoroti pentingnya kualitas produk dan strategi harga dalam pemasaran Mixue.

**Keywords:** Cita Merek, Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

## **PRAKATA**

Puji serta syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena telah melimpahkan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyusun penelitian yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Keputusan Pembelian Mixue”

Penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini di antaranya, sebagai berikut:

1. Ibu Dr. Jubaedah, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta;
2. Ibu Siti Hidayati, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta;
3. Ibu Bernawin Dwi, M, M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing serta memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini;
4. Orang tua yang mendoakan serta memberikan dukungan mental dan finansial kepada peneliti untuk menyusun proposal skripsi;
5. Teman-teman peneliti yang memberikan dukungan, doa, dan bantuan secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan proposal skripsi ini.

Penulis menyadari penulisan proposal skripsi ini masih terdapat kekurangan sehingga peneliti menerima saran dan kritik dari para pembaca. Peneliti berharap agar penelitian ini bermanfaat bagi para pembaca.

Jakarta, 05 November 2024

Jeshica Valentina



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>i</b>
<b>Abstract.....</b>	<b>iv</b>
<b>Abstrak .....</b>	<b>v</b>
<b>PRAKATA.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	<b>6</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian.....</b>	<b>6</b>
<b>1.4 Manfaat Teoritis .....</b>	<b>6</b>
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
<b>2.1 Landasan Teori .....</b>	<b>8</b>
2.1.1 Pemasaran .....	8
2.1.2 Perilaku Konsumen .....	10
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	11
2.1.4 Citra Merek .....	16
2.1.5 Harga.....	18
2.1.6 Kualitas Produk.....	22
<b>2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....</b>	<b>25</b>
<b>2.3 Model Penelitian .....</b>	<b>36</b>
2.3.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	36
2.3.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	36

2.3.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	36
<b>2.4 Hipotesis.....</b>	<b>38</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>39</b>
<b>3.I Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....</b>	<b>39</b>
3.1.1 Definisi Operasional.....	39
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	40
<b>3.2 Populasi dan Sampel.....</b>	<b>41</b>
3.2.1 Populasi.....	41
3.2.2 Sampel.....	42
<b>3.3 Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>43</b>
3.3.1 Jenis Data .....	43
3.3.2 Sumber Data.....	43
3.3.3 Pengumpulan Data .....	43
<b>3.4 Teknik Analisis Data .....</b>	<b>45</b>
3.4.1 Analisis Statistik Deskriptif .....	45
3.4.2 Analisis Statistik Inferensial .....	47
3.4.3 Uji <i>Pretest</i> .....	51
3.4.4 Uji Validitas .....	52
3.4.5 Uji Reabilitas.....	53
3.4.6 Uji Hipotesis .....	53
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>57</b>
<b>4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....</b>	<b>57</b>
<b>4.2 Deskripsi Data Penelitian.....</b>	<b>58</b>
4.2.1 Deskripsi Data Responden .....	58
4.2.2 Analisis Data Deskriptif .....	60
<b>4.3 Uji <i>Pretest</i>.....</b>	<b>66</b>
4.3.1 Content Validity .....	66
4.3.2 Hasil Uji Validitas Konstruk.....	67
<b>4.4 Uji Hipotesis dan Analisis .....</b>	<b>68</b>

4.4.1 Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	68
4.4.2 Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	75
<b>4.5 Uji Hipotesis .....</b>	<b>76</b>
<b>4.6 Pembahasan.....</b>	<b>79</b>
4.6.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	79
4.6.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	80
4.6.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	81
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>83</b>
<b>5.1 Simpulan.....</b>	<b>83</b>
<b>5.2 Keterbatasan Peneliti .....</b>	<b>84</b>
<b>5.3 Saran .....</b>	<b>84</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>85</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>89</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Pasar Minuman Boba di Asia Tenggara .....	2
Gambar 2. Data Gerai Minuman Boba di Asia Tenggara .....	2
Gambar 3. Model penelitian.....	38
Gambar 4. Langkah-Langkah PLS.....	48
Gambar 5. Inner Model Penelitian .....	49
Gambar 6. Outer Model Penelitian .....	49
Gambar 7. Diagram Jalur .....	51

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Top Brand Merek Bubble Tea .....	3
Table 2. Matriks Penelitian Terdahulu .....	32
Tabel 3. Pengukuran Variabel .....	40
Tabel 4. Skala Pengukuran Likert .....	44
Tabel 5. Kisi-Kisi Pengukuran Variabel .....	44
Table 6. Skala Penilaian Survei .....	46
Table 7. Interpretasi Nilai Indeks .....	47
Table 8. Interpretasi Nilai R-Square .....	54
Tabel 9. Interpretasi Nilai Q-Square .....	55
Tabel 10. Angka Indeks Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	61
Tabel 11. Angka Indeks Responden Variabel Citra Merek .....	62
Tabel 12. Angka Indeks Responden Variabel Harga .....	64
Tabel 13. Angka Indeks Responden Variabel Kualitas Produk (X3) .....	65
Tabel 14. Content Validity .....	66
Tabel 15. Hasil Uji Validitas Konstruk .....	67
Tabel 16. Uji Validitas Kovergen .....	70
Tabel 17. <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) .....	71
Tabel 18. <i>Angka Cross Loading</i> .....	72
Tabel 19. Uji Reabilitas .....	74
Tabel 20. Uji R-Square .....	75
Tabel 21. Uji Q-Square .....	76
Tabel 22. Uji <i>Bootstrapping</i> .....	76
Tabel 21. Hasil Uji Korelasi Variabel Independen dan Dependen .....	78

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	89
---------------------------------------	----