

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH BOTOL SOSRO
(STUDI PADA KONSUMEN TEH BOTOL SOSRO DI MINIMARKET MINA 1 SURABAYA)**

SKRIPSI



Oleh:

EKI BAMBANG SAPUTRA
NPM. 1612010208/ FEB/ EM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2020**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH BOTOL SOSRO
(STUDI PADA KONSUMEN TEH BOTOL SOSRO DI MINIMARKET MINA 1 SURABAYA)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen**



Oleh:

EKI BAMBANG SAPUTRA
NPM. 1612010208/ FEB/ EM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2020**

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH BOTOL SOSRO**

(STUDI PADA KONSUMEN TEH BOTOL SOSRO DI MINIMARKET MINA 1 SURABAYA)

Oleh:

EKI BAMBANG SAPUTRA
NPM. 1612010208/ FEB/ EM

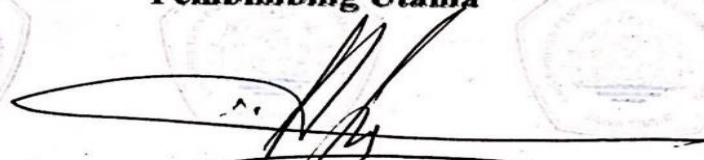
**Telah Dipertahankan Dihadapan Dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 07 Februari 2020**

**Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**



Sulastri Irbayuni, S.E., M.M
NIP. 196206161989032001

**Pembimbing,
Pembimbing Utama**



Dra. Ec. Siti Aminah, M.M
NIP. 196107121988032001

Mengetahui,

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**



Prof. Dr. Syamsul Huda, S.E., M.T
NIP. 195908281990031001

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayahNya serta shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW sehingga dapat menyelesaikan usulan penelitian ini yang berjudul "**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH BOTOL SOSRO (STUDI PADA KONSUMEN TEH BOTOL SOSRO DI MINIMARKET MINA 1 SURABAYA)**" dengan baik.

Banyak pihak yang telah membantu dalam penyusunan usulan penelitian ini baik secara moril maupun spiritual maka dalam kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Akhmad Fauzi, M. MT., selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
2. Bapak Prof. Dr. Syamsul Huda, S.E., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
3. Ibu Sulastri Irbayuni, SE. M.M., selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
4. Ibu Dra. Ec. Siti Aminah, M.M., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan perhatiannya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama proses penyusunan penelitian ini.
5. Bapak dan Ibu dosen program studi S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur yang telah

mendidik dan membekali ilmu pengetahuan.

6. Kedua orangtua saya tercinta yang memberikan perhatian, doa, dukungan, pengorbanan dan cinta serta kasih sayang yang tidak pernah putus.
7. Saudara saya, yang mendukung dan menyemangati saya dalam proses penyusunan penelitian ini.
8. Para sahabat ‘‘MLM dan JNCK LAND’’, Humu, Ipong, Lulung, Hedar, Faak, Didn’t, Alien, Fat dan Kriwul yang selalu menemani dan membantu saya hingga saat ini.
9. Keluarga besar "E12" Fakultas Ekonomi dan Bisnis jurusan Manajemen 2016
10. Para responden yang telah membantu penelitian ini dengan meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah dengan tulus ikhlas memberikan doa dan dukungan hingga dapat terselesaikannya penelitian ini.

Dalam penulisan penelitian ini disadari bahwa masih jauh dari sempurna, oleh karena itu segala kritik dan saran yang sifatnya membangun akan menyempurnakan penulisan penelitian ini serta bermanfaat bagi saya, pembaca dan bagi penelitian selanjutnya.

Surabaya, 28 Januari 2020

Penulis,

Eki Bambang Saputra

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
ABSTRAK	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Landasan Teori.....	13
2.2.1 Pengertian Pemasaran	13
2.2.2 Perilaku Konsumen	15
2.2.3 Kualitas Produk.....	16
2.2.3.1 Pengertian Kualitas Produk.....	16
2.2.3.2 Indikator Kualitas Produk	18
2.2.4 Citra Merek	18
2.2.4.1 Pengertian Citra Merek	18

2.2.4.2 Indikator Citra Merek.....	19
2.2.5 Keputusan Pembelian.....	20
2.2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	20
2.2.5.2 Peranan Dalam Proses Keputusan Pembelian	22
2.2.5.3 Tahap – Tahap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian ...	23
2.2.5.4 Indikator Keputusan Pembelian	24
2.3 Hubungan Antar Variabel	25
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.3.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	26
2.4 Kerangka Konseptual	28
2.5 Hipotesis.....	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	30
3.1.1 Definisi Operasional Variabel	30
3.1.2 Variabel Penelitian	30
3.1.2.1 Variabel Independen	30
3.1.2.2 Variabel Dependen.....	32
3.1.3 Pengukuran Variabel.....	33
3.2 Teknik Penentuan Sampel.....	34
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	36

3.3.1	Jenis Data	36
3.3.2	Sumber Data.....	36
3.3.3	Pengumpulan Data	37
3.4	Uji Validitas dan Reliabilitas	37
3.4.1	Uji Validitas	37
3.4.2	Uji Reliabilitas	38
3.5	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	38
3.5.1	Teknik Analisis Data.....	38
3.5.2	Cara Kerja PLS	39
3.5.3	Model Spesifikasi PLS	40
3.5.4	Kegunaan PLS.....	41
3.5.5	Langkah – Langkah PLS	42
3.5.6	Asumsi PLS.....	48
3.5.7	Ukuran PLS	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		49
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	49
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	49
4.2	Deskripsi Penelitian	51
4.2.1	Karakteristik Responden.....	51
4.2.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51

4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
4.2.2 Deskripsi Hasil Penelitian	53
4.2.2.1 Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel Kualitas Produk	53
4.2.2.2 Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel Citra Merek	56
4.2.2.3 Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel Keputusan Pembelian	58
4.3 Analisis Data	60
4.3.1 Evaluasi Outlier.....	60
4.3.2 Interpretasi Hasil PLS	62
4.3.2.1 Pengujian Model Pengukuran (Outlier Model).....	62
4.3.2.2 Analisis Model PLS	67
4.3.2.3 Evaluasi Pengujian Struktural Model (Inner Model).....	67
4.3.2.4 Hasil Inner Weights.....	69
4.4 Pembahasan Penelitian.....	69
4.4.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	69
4.4.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	72
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran.....	72

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Top Brand Index	5
Tabel 1.2	Penjualan Teh Botol Sosro	6
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 4.3	Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Kualitas Produk.....	53
Tabel 4.4	Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Citra Merek	56
Tabel 4.5	Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian	58
Tabel 4.6	Uji Outlier	61
Tabel 4.7	Outer Loadings (Mean, STDEV, T- Values)	63
Tabel 4.8	Average Variance Extracted (AVE)	64
Tabel 4.9	Composite Reliability	65
Tabel 4.10	Latent Variable Correlation	66
Tabel 4.11	R-Square.....	68
Tabel 4.12	Path Coefficient (Mean, STDEV, T-Value).....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahap Keputusan Pembelian	23
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	28
Gambar 3.1 Langkah – Langkah Menjalankan PLS	42
Gambar 3.2 Model Kontruksi Diagram Jalur.....	44
Gambar 4.1 Outer Model dengan Factor Loading, Path Coefficient dan R-Square	67

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH BOTOL SOSRO

(STUDI PADA KONSUMEN TEH BOTOL SOSRO DI MINIMARKET MINA 1 SURABAYA)

Oleh:

Eki Bambang Saputra

1612010208/ FEB/ EM

ABSTRAK

Tingkat mobilitas yang tinggi di suatu negara mengakibatkan masyarakat membutuhkan minuman kemasan siap minum guna menunjang kebutuhan mereka khususnya di Indonesia. Produk Teh Botol Sosro merupakan produk teh kemasan pertama dan terkenal di Indonesia maupun di dunia yang diproduksi oleh PT. Sinar Sosro. Dalam penjualannya Teh Botol Sosro memiliki pesaing dengan produk sejenis. Ketatnya persaingan membuat perusahaan lebih mengoptimalkan berbagai aspek yang ditawarkan agar dapat bersaing. Atas dasar pemikiran Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian Teh Botol Sosro di Minimarket Mina 1 Surabaya.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang mengunjungi Minimarket Mina 1 Surabaya. Sampel yang diambil sebanyak 50 responden dengan metode non probability sampling dan teknik purposive sampling. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan Partial Least Square.

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kualitas produk memiliki kontribusi serta berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan citra merek memiliki kontribusi serta berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Keyword: Kualitas Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian.