

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH BOTOL SOSRO DI
SURABAYA**

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

MUHAMMAD YASSER ABED
19012010299/FEB/EM

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

2023

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH BOTOL SOSRO DI
SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen



Diajukan Oleh :

MUHAMMAD YASSER ABED
19012010299/FEB/EM

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

2023

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH BOTOL SOSRO DI
SURABAYA**

Disusun Oleh:

MUHAMMAD YASSER ABED
19012010299

**Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan
Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 12 Oktober 2023**

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


Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si.
NIP. 196901132021212003

Pembimbing


Drs. Ec. Hery Pujioprastyono M.M.
NIP. 196203181988031002

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

70 OCT 2023




Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP.
NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Muhammad Yasser Abed
NPM : 19012010299
NIK : 3578232712000003
Tempat/Tanggal Lahir : Karawang, 27 Desember 2000
Alamat : Raya Ketintang Selatan No.55, Surabaya
Judul Artikel : Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro Di Surabaya

Saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil dari pemikiran sendiri, serta bukan dari saduran/terjemahan/plagiarisme.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dalam keadaan sadar dan tanpa ada unsur paksaan dari siapapun. Jika di kemudian hari terbukti ada unsur plagiarisme maka kelulusan akan dibatalkan, saya bersedia dibatalkannya gelar akademik yang telah saya raih.

Surabaya, 12 Oktober 2023

yang menyatakan,



Muhammad Yasser Abe

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro Di Surabaya”

Sekalipun penulis harus mengalami kesulitan, tetapi syukurlah bahwa skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan skripsi ini banyak terdapat kekurangan-kekurangan. Selesainya kegiatan hingga penyusunan skripsi ini tidak lepas dari Bapak Drs. Ec. Hery Pudjoprastyono, M.M selaku dosen pembimbing yang dengan segala perhatian dan kesabarannya rela meluangkan waktu untuk penulis. Terimakasih yang tak terhingga penulis sampaikan.

Pada kesempatan kali ini penulis juga menyampaikan banyak terimakasih yang stinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan laporan proposal ini, diantaranya :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT., IPU selaku rektor Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CFP. selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
3. Ibu Dra. Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si. selaku koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Bapak Drs. Ec. Hery Pudjoprastyono, M.M selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam menyusun proposal penelitian skripsi ini.
 5. Bapak dan Ibu dosen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis
 6. Kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan moril serta materil kepada penulis dalam menyelesaikan laporan skripsi ini
- Akhirnya penulis berharap semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Segala saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kebaikan skripsi ini.

Surabaya, 17 mei 2023

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori.....	13
2.2.1 Pemasaran	13
2.2.1.1 Pengertian Pemasaran	13
2.2.1.2 Konsep Pemasaran	14
2.2.1.3 Manajemen Pemasaran	15
2.2.2 Persepsi Kualitas Produk	16
2.2.2.1 Pengertian Persepsi Kualitas Produk	16
2.2.2.2 Indikator Persepsi Kualitas Produk.....	17
2.2.3 Persepsi Harga.....	18
2.2.3.1 Pengertian Persepsi Harga	18
2.2.3.2 Indikator Persepsi Harga.....	19
2.2.4 Keputusan Pembelian.....	20
2.2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	20
2.2.4.2 Tahapan Keputusan Pembelian	21
2.2.4.3 Faktor-faktor Keputusan Pembelian	22
2.3 Hubungan Antar Variabel	24
2.3.1 Hubungan Antara Persepsi Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian	24

2.3.2 Hubungan Antara Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian	25
2.4 Kerangka Konseptual	27
2.5 Hipotesis.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	28
3.1.1 Definisi Operasional	28
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	30
3.2 Teknik Pengumpulan Sampel	32
3.2.1 Populasi.....	32
3.2.2 Sampel.....	32
3.3 Teknik Pengumpulan Data	33
3.3.1 Jenis Data	33
3.3.2 Sumber Data.....	34
3.3.3 Metode Pengumpulan Data	34
3.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	34
3.4.1 Uji Validitas	34
3.4.2 Uji Reliabilitas	35
3.5 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	35
3.5.1 Teknik Analisis Data.....	35
3.5.2 Cara Kerja PLS	36
3.5.3 Langkah-langkah PLS.....	37
3.5.4 Asumsi PLS.....	44
3.5.5 Ukuran Sampel.....	44
BAB IV	45
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	45
4.2 Karakteristik Responden dan Deskripsi Hasil Penelitian.....	47
4.2.1 Karakteristik Responden	47
4.2.2 Deskripsi Variabel Persepsi Kualitas Produk (X1).....	50
4.2.3 Deskripsi Variabel Persepsi Harga (X2)	52
4.2.4 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	55
4.3 Analisis Data	57
4.3.1 Evaluasi Uji Outlier	57

4.3.2 Interpretasi Hasil PLS	59
4.4 Pembahasan.....	69
4.4.1 Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	69
4.4.2 Pengaruh Persepsi harga Terhadap Keputusan Pembelian	70
BAB V	72
KESIMPULAN DAN SARAN	72
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN.....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Komentar Konsumen Terhadap Persepsi Kualitas Produk Teh Botol Sosro	4
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	27
Gambar 3.1 Model Diagram Jalur	38
Gambar 4.1 Gambar Outer Model dengan <i>factor loading</i> , <i>Path Coefficient</i> dan <i>R-Square</i>	65
Gambar 4.2 Inner Model dengan nilai signifikansi <i>T-Statistic Bootstrapping</i>	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Top Brand Index Minuman Teh Dalam Kemasan Siap Minum	
Tahun 2017-2022	3
Tabel 1.2 Daftar Harga Minuman Teh Dalam Kemasan Siap Minum	6
Tabel 3.1 Bobot Skala Pengukuran	31
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
Tabel 4.3 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel Persepsi Kualitas Produk (X1)	50
Tabel 4.4 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel Persepsi Harga (X2)	52
Tabel 4.5 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)	55
Tabel 4.6 <i>Residuals Statistics</i>	58
Tabel 4.7 Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values)	60
Tabel 4.8 Cross Loading	61
Tabel 4.9 Average variance extracted (AVE)	62
Tabel 4.10 Composite Reliability	63
Tabel 4.11 Latent Variable Correlations	64
Tabel 4.12 R-square	66
Tabel 4.13 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values, P-Values)	68

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH BOTOL SOSRO DI
SURABAYA**

Oleh

MUHAMMAD YASSER ABED
19012010299

ABSTRAK

Berdasarkan dari data Top Brand Index menunjukkan adanya penurunan penjualan pada Teh Botol Sosro sejak tahun 2018. Hal tersebut mengindikasikan adanya penurunan pada keputusan pembelian. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian Teh Botol Sosro di Surabaya.

Metode pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengambilan data pada penelitian ini menggunakan purposive sampling. Populasi pada penelitian ini yaitu konsumen The Botol Sosro di Surabaya. Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini adalah 1. Berdasarkan hasil perhitungan dan analisis data diketahui bahwa Persepsi Kualitas Produk berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian Teh Botol Sosro di Surabaya, yang memiliki arti jika Persepsi Kualitas Produk Teh Botol Sosro mengalami kenaikan maka akan sejalan dengan keputusan pembelian konsumen. 2. Berdasarkan hasil perhitungan dan analisis data diketahui bahwa Persepsi Harga berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian Teh Botol Sosro di Surabaya, yang memiliki arti jika Persepsi Harga sudah sejalan dengan keputusan pembelian konsumen

Kata Kunci: Keputusan Pembelian; Persepsi Harga; Persepsi Kualitas Produk.