

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
PRODUK *FROZEN SEAFOOD* “AHAA!” ICS FOOD DI SIDOARJO**

SKRIPSI



Oleh:

TANIA NUR ANISA
NPM. 17024010049

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
SURABAYA
2024**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
PRODUK *FROZEN SEAFOOD* "AHAA!" ICS FOOD DI SIDOARJO**

Oleh:

TANIA NUR ANISA
NPM: 17024010049

Telah disetujui oleh:

Pembimbing Pendamping



Dita Atasa, SP., MP
NPT. 20219950221236

Pembimbing Utama



Prof. Dr. Ir. Sri Tjondro Winarno, MM
NIP. 19590211 198903 1001

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Agribisnis



Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP
NIP. 19620712 199103 2001

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
PRODUK FROZEN SEAFOOD "AHAA!" ICS FOOD DI SIDOARJO**

Oleh:

TANIA NUR ANISA
NPM: 17024010049

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada hari Jumat tanggal 15 bulan Desember tahun 2023
Telah disetujui oleh:

Pembimbing Pendamping

Pembimbing Utama



Dita Atasa, SP., MP
NPT. 20219950221236



Prof. Dr. Ir. Sri Tjondro Winarno, MM
NIP. 195902111989031001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian

Koordinator Program Studi Agribisnis



Dr. Ir. Wanti Mindari, MP
NIP. 19631208190032001



Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP
NIP. 196207121991032001

SURAT PERNYATAAN

Berdasarkan Undang – Undang No. 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta dan Pemandiknas No. 17 Tahun 2010, Pasal 1 Ayat 1 tentang plagiarisme.

Maka, saya sebagai Penulis Skripsi dengan Judul :

Pengaruh Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk *Frozen Seafood* “Ahaa!” ICS Food di Sidoarjo

Menyatakan bahwa skripsi tersebut di atas bebas dari plagiarisme

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya.

Surabaya, Januari 2024

Yang Membuat Pernyataan



Tania Nur Anisa
NPM. 17024010049

KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK *FROZEN SEAFOOD* “AHAA!” ICS FOOD DI SIDOARJO”. Skripsi ini dilaksanakan sebagai syarat kelulusan untuk meraih gelar sarjana Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Dalam penyusunan Skripsi, penulis menyadari banyak pihak yang telah membantu memberikan arahan serta dukungannya, khususnya Prof. Dr. Ir. Sri Tjondro Winarno, MM selaku dosen pembimbing utama dan Dita Atasa, SP., MP selaku dosen pembimbing pendamping, terima kasih atas arahan dan bimbingan yang telah diberikan. Tak lupa penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Ir. Wanti Mindari, MP selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP, selaku Koordinator Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Segenap dosen pengajar Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur atas ilmu yang telah diberikan selama penulis menjalani perkuliahan pada program studi Agribisnis.
4. Yuniarto Budi Sampurno dan Vera Hendrieta selaku kedua orang tua serta Andini Swari Devina selaku saudari saya atas doa dan dukungannya baik

dalam segi moril dan materiil yang telah diberikan dan menjadi sumber inspirasi selama penulis menempuh pendidikan.

5. ICS Group khususnya PT. Insan Citraprima Sejahtera yang telah memberikan bantuan dalam memperoleh data bagi penulis selama penelitian berlangsung.
6. Teman-teman agribisnis UPN Veteran Jawa Timur angkatan 2017 yang selalu memberikan semangat dan menjadi motivasi untuk terus berproses.
7. Aqiel Aziz Syafrurrozi yang selalu menemani, mendengarkan keluh kesah, serta memberikan dukungan, semangat, tenaga, pikiran, materi, maupun bantuan kepada penulis selama pengerjaan skripsi ini.
8. Semua pihak yang membantu kelancaran dalam penyelesaian penulisan skripsi.

Skripsi ini telah disusun dengan sebaik-baiknya, akan tetapi penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Skripsi ini masih banyak kekurangan. Penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari semua pihak untuk kesempurnaan penulisan di kemudian hari.

Surabaya, Januari 2024

Penulis

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK *FROZEN SEAFOOD* “AHAA!” ICS FOOD DI SIDOARJO

THE INFLUENCE OF PERCEPTIONS OF PRICE, PRODUCT QUALITY, AND BRAND IMAGE ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS FOR FROZEN SEAFOOD PRODUCTS "AHAA!" ICS FOOD IN SIDOARJO

Tania Nur Anisa, Sri Tjondro Winarno, Dita Atasa

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan memahami pengaruh persepsi harga, kualitas produk, maupun citra merek terhadap Keputusan pembelian produk *frozen seafood* “Ahaa!” ICS Food. Metode pengambilan sampel yang dipakai merupakan metode *non-probability sampling* mempergunakan teknik *purposive sampling*. Jumlah sampel pada penelitian adalah 50 responden. Teknik analisis data yang dipakai merupakan SEM PLS. Hasil penelitian membuktikan variabel citra merek dan kualitas produk mempengaruhi signifikan pada keputusan pembelian konsumen dimana nilai p-value adalah $\leq 0,05$. Sedangkan variabel persepsi harga tidak mempengaruhi signifikan pada keputusan pembelian konsumen karena p-value $> 0,05$.

Kata kunci: Citra Merek, Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Persepsi Harga.

Abstract

This research aims to determine the influence of price perceptions, product quality and brand image on purchasing decisions for frozen seafood products "Ahaa!" ICS Food. The sampling method used was a non-probability sampling method with a purposive sampling technique. The number of samples in this research was 50 respondents. The data analysis technique used is Structural Equation Model Partial Least Square (SEM PLS). The results of this research show that the product quality and brand image variables have a significant influence on consumer purchasing decisions where the p-value is ≤ 0.05 . Meanwhile, the price perception variable does not have a significant effect on consumer purchasing decisions because the p-value is > 0.05 .

Keywords: Brand Image, Price Perceptions, Product Quality, Purchasing Decisions.

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
SURAT PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	10
II. TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Landasan Teori.....	28
2.2.1 Makanan Beku (<i>Frozen Food</i>).....	28
2.2.2 Persepsi Harga	29
2.2.3 Kualitas Produk	37
2.2.4 Citra Merek	41
2.2.5 Keputusan Pembelian	49
2.2.6 <i>Partial Least Square – Structural Equation Modeling</i> ...	55

2.3	Kerangka Pemikiran	56
2.4	Hipotesis.....	59
III.	METODE PENELITIAN	60
3.1	Lokasi dan Objek Penelitian	60
3.3	Pengumpulan Data	63
3.4	Definisi dan Pengukuran Variabel	64
3.5	Analisis Data	66
3.5.1	Analisis Deskriptif	67
3.5.2	Analisis SEM-PLS	67
IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN	79
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	79
4.1.1	Profil Perusahaan PT. Insan Citraprima Sejahtera	79
4.1.2	Visi dan Misi PT. Insan Citraprima Sejahtera	80
4.2	Karakteristik Responden	80
4.3	Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	87
4.3.1	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	87
4.3.2	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	93
4.4	Persepsi Responden.....	100
4.4.1	Persepsi Responden Terhadap Variabel Persepsi Harga	100
4.4.2	Persepsi Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk.....	103
4.4.3	Persepsi Responden Terhadap Variabel Citra Merek	108
4.4.4	Persepsi Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	112
4.5	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	115

4.6	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian....	116
4.7	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	117
V.	KESIMPULAN DAN SARAN	119
5.1	Kesimpulan.....	119
5.2	Saran.....	120
	DAFTAR PUSTAKA	122
	LAMPIRAN.....	130

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1. 1	Rekapitulasi Data Penjualan <i>Frozen Seafood</i> "Ahaa!" 2022.....	7
3. 1	Pemetaan Bobot Penilaian Skala Likert	69
3. 2	Kriteria Skor Rataan Akhir Skala Likert	70
4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Tempat Tinggal	82
4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	82
4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	83
4. 4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	84
4. 5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	85
4. 6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	86
4. 7	Nilai AVE	91
4. 8	Nilai <i>Composite Reliability</i>	92
4. 9	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	93
4. 10	Nilai <i>R-Squared</i>	94
4. 11	Hasil Pengujian Hipotesis.....	95

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
2. 1	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Menurut Kotler (2009) .	52
2. 2	Kerangka Pemikiran	58
3.1	Diagram Jalur SEM-PLS	73
4.1	Model Penelitian PLS	93

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian	130
2	Data Hasil Kuesioner	138
3	Nilai Uji Validitas Konvergen	142
4	Nilai Cross Loading	143
5	Hasil Penilaian Responden Terhadap Variabel Persepsi Harga	144
6	Hasil Penilaian Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk	144
7	Hasil Penilaian Responden Terhadap Variabel Citra Merek	145
8	Hasil Penilaian Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	145
9	Dokumentasi	146