

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK MI INSTAN SARIMI
(STUDI PADA MAHASISWA YANG SEDANG KULIAH DI SURABAYA)**

SKRIPSI



Diajukan Oleh:

KHOIRUNNISA' ISLAMİYAH

18012010116/FEB/EM

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

2022

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK MI INSTAN SARIMI
(STUDI PADA MAHASISWA YANG SEDANG KULIAH DI SURABAYA)**

SKRIPSI

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



Diajukan Oleh:

KHOIRUNNISA' ISLAMİYAH

18012010116/FEB/EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"**

JAWA TIMUR

2022

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK MI INSTAN SARIMI
(STUDI PADA MAHASISWA YANG SEDANG KULIAH DI SURABAYA)**

Disusun Oleh:

Khoirunnisa' Islamivah

18012010116/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: 26 Juli 2022

**Koordinator Program Studi
Manajemen**



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

Dosen Pembimbing



Ugy Soebiantoro, S.E., M.M.
NIP. 196708182021211001

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

01 AUG 2022



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

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Khoirunnisa' Islamiyah
NIM : 18012010116
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen
Judul Skripsi/Tugas Akhir/
Tesis/Desertasi : Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap
Keputusan Pembelian pada Produk Mi Instan Sarimi (Studi
pada Mahasiswa yang Sedang Kuliah di Surabaya)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 02 Agustus 2022

Yang Menyatakan



(Khoirunnisa' Islamiyah)

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT. karena atas limpahan rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan kelancaran serta kemudahan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Mi Instan Sarimi (Studi pada Mahasiswa yang Sedang Kuliah di Surabaya)”** dengan waktu yang diharapkan. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat akademik untuk dapat lulus dan memperoleh gelar sarjana pada program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini penulis mendapatkan banyak dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, sehingga dapat penulis selesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Akhmad Fauzi, MMT., IPU., CHRA selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Prof. Dr. Syamsul Huda, SE., MT selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Sulastri Irbayuni, S.E., M.M. selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Bapak Ugy Soebiantoro, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu serta pikiran dalam memberikan motivasi dan bimbingannya untuk dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir skripsi.
5. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang turut membantu dalam proses penyusunan tugas akhir skripsi.
6. Orangtua, kakak, dan adik tercinta yang telah memberikan berbagai bentuk dukungan dan do’a untuk kelancaran penyusunan tugas akhir skripsi ini.
7. Para responden yang telah membantu penelitian ini dengan meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian.
8. Sahabat serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan dan telah banyak membantu dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, namun penulis berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya. Demi kesempurnaan tugas akhir skripsi ini, kritik dan saran sangat penulis harapkan. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih.

Surabaya, 25 Februari 2022

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
ABSTRAK	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori.....	11
2.2.1 Citra Merek.....	11
2.2.1.1 Pengertian Citra Merek.....	11
2.2.1.2 Manfaat Citra Merek	13
2.2.1.3 Faktor-Faktor Pembentuk Citra Merek	13
2.2.1.4 Indikator Citra Merek	14
2.2.2 Kualitas Produk	15
2.2.2.1 Pengertian Kualitas Produk	15
2.2.2.2 Tujuan Kualitas Produk.....	16
2.2.2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	17
2.2.2.4 Indikator Kualitas Produk.....	17
2.2.3 Keputusan Pembelian	19
2.2.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian	19
2.2.3.2 Jenis-Jenis Keputusan Pembelian.....	20
2.2.3.3 Peran Keputusan Pembelian	21
2.2.3.4 Proses Keputusan Pembelian.....	22

2.2.3.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	25
2.2.3.6 Indikator Keputusan Pembelian	30
2.3 Hubungan antar Variabel	31
2.3.1 Hubungan antara Citra Merek dengan Kualitas Produk.....	31
2.3.2 Hubungan antara Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian ..	32
2.4 Kerangka Konseptual	33
2.5 Hipotesis.....	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	34
3.1.1 Definisi Operasional	34
3.1.2 Pengukuran Variabel	36
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	37
3.2.1 Populasi	37
3.2.2 Sampel	37
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.3.1 Jenis Data.....	38
3.3.2 Sumber Data	39
3.3.3 Pengumpulan Data.....	39
3.4 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	39
3.4.1 Metode Analisis Data	39
3.4.2 Kegunaan Metode PLS	40
3.4.3 Cara Kerja PLS.....	41
3.4.4 Langkah-Langkah PLS	41
3.4.5 Asumsi PLS	46
3.4.6 Ukuran Sampel	46
3.4.7 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	48
4.2 Karakteristik Responden dan Deskripsi Hasil Penelitian	49
4.2.1 Karakteristik Responden	49
4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49

4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
4.2.2 Deskripsi Hasil Penelitian	50
4.2.2.1 Deskripsi Hasil Variabel Citra Merek (X1)	51
4.2.2.2 Deskripsi Hasil Variabel Kualitas Produk (X2).....	52
4.2.2.3 Deskripsi Hasil Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	53
4.3 Interpretasi Hasil PLS	54
4.3.1 Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	54
4.3.2 Analisis Model PLS.....	59
4.3.3 Evaluasi Pengujian Model Pengukuran (<i>Inner Model</i>)	60
4.3.4 Pengujian Hipotesis	62
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	62
4.4.1 Pengaruh Citra Merek (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)....	63
4.4.2 Pengaruh Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian....	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	65
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN.....	70

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Negara Konsumsi Mi Instan Terbesar di Dunia	2
Tabel 1.2 <i>Top Brand Index</i> Kategori Mi Instan Tahun 2018-2021.....	4
Tabel 1.3 Data Penjualan Mie Instan Sarimi di Sakinah Surabaya.....	4
Tabel 3.1 Pengukuran Skala Likert	37
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4.3 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Citra Merek (X1) .	51
Tabel 4.4 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Kualitas Produk ...	52
Tabel 4.5 Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian ...	53
Tabel 4.6 <i>Outer Loading (Mean, STDEV, T-Values)</i>	55
Tabel 4.7 <i>Cross Loading</i>	56
Tabel 4.8 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	57
Tabel 4.9 <i>Composite Reliability</i>	58
Tabel 4.10 <i>Latent Variable Correlations</i>	59
Tabel 4.11 <i>R-Square</i>	61
Tabel 4.12 <i>Q-Square</i>	61
Tabel 4.13 <i>Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values)</i>	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian	22
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual Penelitian	33
Gambar 3.1 Langkah-Langkah PLS.....	42
Gambar 3.2 Diagram Jalur Penelitian	43
Gambar 4.1 <i>Outer Model</i>	60

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK MI INSTAN SARIMI
(STUDI PADA MAHASISWA YANG SEDANG KULIAH DI SURABAYA)**

Oleh:

**Khoirunnisa' Islamiyah
18012010116/FEB/EM**

ABSTRAK

Mi instan ialah salah satu dari banyaknya bisnis makanan yang menjanjikan dan banyak digemari oleh masyarakat di Indonesia. Kondisi ini menjadikan perusahaan mi instan di Indonesia semakin berlomba-lomba untuk memenangkan persaingan pasar, salah satunya adalah Sarimi.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Variabel pada penelitian ini terdiri dari citra merek (X1), kualitas produk (X2), dan keputusan pembelian (Y). Penelitian memiliki populasi yaitu mahasiswa yang sedang kuliah di Surabaya dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden.

Teknik dalam mengambil sampel pada penelitian ini adalah teknik *non-probability sampling* dengan menggunakan pendekatan *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yakni teknik *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan software SmartPLS 3.0. Hasil penelitian ini menyebutkan yaitu citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, serta kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Citra Merek; Kualitas Produk; Keputusan Pembelian