

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN TEH PUCUK HARUM DI SURABAYA**

**SKRIPSI**



**Diajukan oleh:**

**ABYANSYAH HAYYU SARWONO**  
**20012010191/FEB/EM**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**SURABAYA**

**2024**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN TEH PUCUK HARUM DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis**

**Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur**

**Untuk Menyusun Skripsi S-1 Program Studi Manajemen**



**Diajukan oleh:**

**ABYANSYAH HAYYU SARWONO**  
**20012010191/FEB/EM**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**SURABAYA**

**2024**

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN TEH PUCUK HARUM DI SURABAYA**


**Disusun Oleh:**

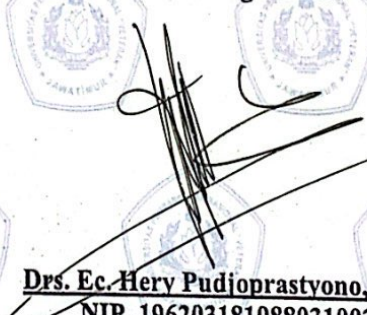
**ABYANSYAH HAYYU SARWONO**  
**20012010191/FEB/EM**

**Telah Dipertahankan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi  
Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional  
"Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal : 12 September 2024**

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

**Pembimbing Utama**

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

  
**Drs. Ec. Hery Pudjoprastyo, M.M.**  
**NIP. 196203181988031002**

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

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

## SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Abyansyah Hayyu Sarwono  
NPM : 20012010191  
Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Dan Iklan Terhadap  
Keputusan Pembelian Teh Pucuk Harum 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 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 diajukan yang telah diketahui dan disetujui 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, 12 September 2024  
Yang Menyatakan



Abyansyah Hayyu Sarwono  
20012010191

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas hidayat dan limpahan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH PUCUK HARUM DI SURABAYA”** dengan baik.

Penyusunan penelitian ini ditunjukkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur (UPN “Veteran” Jawa Timur).

Dalam penyusunan penelitian ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Ir Akhmad Fauzi, M.MT. selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN "Veteran" Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Wiwik Handayani S.E.,M.Si. Selaku Koordinator Program Studi Manajemen UPN “Veteran” Jawa Timur.

4. Drs. Ec. Hery Pudjoprastyono, M.M. selaku dosen pembimbing penulis. Terima kasih atas segala kontribusi dan nasehat-nasehat selama penulisan penelitian.
5. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen maupun Staf Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
6. Bapak serta keluarga besar yang telah mendukung dan membimbing penuh kasih sayang dan doa yang selalu dipanjatkan tak henti-hentinya oleh ibu kepada penulis.
7. Widyana Dini yang senantiasa memberi dukungan, bantuan serta saran selama penulis menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
8. Teman-teman Himpunan Mahasiswa Manajemen tahun 2020 yang membantu serta memberi dukungan penulis menyelesaikan skripsi ini.

Dalam penyusunan ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan. Oleh kaeran itu, penulis mengharapkan kerendahan hati pembaca untuk memberikan kritik dan saran untuk kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini memberikan manfaat dan pengetahuan bagi para pembaca, terimakasih.

Surabaya, 12 September 2024

Penulis

## DAFTAR ISI

COVER.....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL .....	x
ABSTRAK.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	10
2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
2.2 Landasan Teori.....	13
2.2.1 Manajemen Pemasaran .....	13
2.2.2 Perilaku Konsumen.....	14
2.2.3 Kualitas Produk.....	15
2.2.4 Iklan .....	20
2.2.5 Keputusan Pembelian .....	23

2.3 Hubungan Antar Variabel .....	27
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	27
2.3.2 Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian .....	30
2.4 Kerangka Konseptual.....	31
2.5 Perumusan Hipotesis.....	31
<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN.....</b>	<b>33</b>
3.1 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel.....	33
3.1.1 Definisi Operasional .....	33
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	37
3.2 Teknik Penentuan Sampel.....	38
3.2.1 Populasi.....	38
3.2.2 Sampel .....	38
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.3.1 Jenis Data .....	40
3.3.2 Sumber Data .....	41
3.4 Teknik Analisis Dan Uji Hipotesis .....	41
3.4.1 Teknik Analisis .....	41
3.4.2 Cara Kerja PLS .....	43
3.4.3 Model Indikator Reflektif Dan Formatif .....	43
3.4.4 Langkah-Langkah PLS .....	45
3.4.5 Asumsi PLS .....	53
3.4.6 Uji Hipotesis .....	53



BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	54
4.1 Definisi Obyek Penelitian .....	54
4.1.1 Profil Perusahaan .....	54
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	55
4.1.3 Logo Perusahaan .....	55
4.2 Analisis Karakteristik Responden .....	56
4.3 Deskripsi Data Penelitian .....	57
4.3.1 Statistik Deskriptif .....	57
4.3.2 Deskripsi Variabel Kualitas Produk .....	59
4.3.3 Deskripsi Variabel Iklan .....	64
4.3.4 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian .....	66
4.4 Analisis Data .....	68
4.4.1 Evaluasi Uji <i>Outlier</i> .....	68
4.4.2 Hasil Interpretasi PLS .....	70
4.3 Pembahasan .....	80
4.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	80
4.3.2 Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian .....	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	84
5.1 Kesimpulan .....	84
5.2 Saran .....	84
DAFTAR PUSTAKA .....	87
LAMPIRAN .....	91

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Komentar Konsumen Produk Teh Pucuk Harum .....	5
Gambar 1. 2 Komentar Konsumen Terhadap Kualitas Produk Teh Pucuk Harum.....	5
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	31
Gambar 3. 1 <i>Principal Factor (Reflective) Model</i> .....	44
Gambar 3. 2 Peta Jalan .....	47
Gambar 4. 1 Logo PT. Mayora dan Teh Pucuk Harum.....	55
Gambar 4. 2 Outer Model dengan Factor Loading, Path Coefficient dan R-Square..	77
Gambar 4. 3 Inner Model dengan nilai signifikansi T-Statistic Bootstraping .....	79

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Award Kategori Teh dalam kemasan siap minum (2019-2023) . .....	3
Tabel 3. 1 Skala Pengukuran Ordinal dengan Menggunakan Pembobotan Likert.....	38
Tabel 4. 1 Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Tabel 4. 2 Komposisi Responden Berdasarkan Usia.....	56
Tabel 4. 3 Komposisi Responden Berdasarkan Status .....	57
Tabel 4. 4 Statistik Deskriptif.....	58
Tabel 4. 5 Frekuensi Variabel Kualitas Produk.....	59
Tabel 4. 6 Frekuensi Variabel Iklan .....	64
Tabel 4. 7 Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian.....	66
Tabel 4. 8 Tabel Residual Statistic .....	69
Tabel 4. 9 Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values).....	70
Tabel 4. 10 Cross Loading.....	73
Tabel 4. 11 Average Variance Extracted (AVE).....	74
Tabel 4. 12 Composite Reliability .....	75
Tabel 4. 13 Latent Variable Correlations.....	76
Tabel 4. 14 R-Square .....	78
Tabel 4. 15 Path Coefficients (Mean, STDEV,T-Values,P-Values) .....	78

## ABSTRAK

### PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH PUCUK HARUM DI SURABAYA

Oleh:  
**Abyansyah Hayyu Sarwono**  
20012010191/FEB/EM

Seiring dengan perkembangan zaman, cukup banyak industri makanan dan minuman yang bersaing strategi untuk menarik konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Salah satu strategi tersebut yaitu dengan meningkatkan kualitas produk dan membuat iklan yang menarik guna mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh Kualitas Produk dan Iklan terhadap keputusan pembelian pada Teh Pucuk Harum di Surabaya.

Metode Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan sampel menggunakan *non-probability sampling* yang ditetapkan melalui *purposive sampling*. Kriteria responden terdiri dari pernah mengkonsumsi Teh Pucuk Harum, berdomisili Surabaya dan responden berusia minimal diatas 17 tahun. Sampel yang ditentukan berjumlah 108 responden dan disebar menggunakan *google form*. Data yang dikumpulkan dari responden terdiri dari data primer dan sekunder. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Partial Least Square (PLS), yang meliputi uji validitas, uji reliabilitas, serta uji hipotesis.

Berdasarkan hasil olah data penelitian dapat disimpulkan bahwa: (1) Kualitas Produk memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian. (2) Iklan memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

**Kata Kunci: Kualitas Produk; Iklan; Keputusan Pembelian**