

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH KOTAK ULTRAJAYA
DI SUPER INDO - HR MUHAMMAD SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :
SURYA LANG ITAN
NPM : 19024010142

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH KOTAK ULTRAJAYA
DI SUPER INDO - HR MUHAMMAD SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :
SURYA LANG ITAN
NPM : 19024010142

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH KOTAK ULTRAJAYA
DI SUPER INDO - HR MUHAMMAD SURABAYA**

Oleh :

SURYA LANG ITAN
NPM : 19024010142

Telah diterima pada tanggal

30 September 2024


Telah disetujui oleh :

Pembimbing Pendamping



Dr. Dona Wahyuning Laily, S.P., M.P.
NPT. 20219830810234

Pembimbing Utama



Dr. Ir. Hamidah Hendrarini, M.Si.
NIP. 19601227 199103 2001

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Agribisnis



Dr. Ir. Nuriah Yuliati, M.P.
NIP. 196207121991032001

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH KOTAK ULTRAJAYA
DI SUPER INDO - HR MUHAMMAD SURABAYA**

Oleh :

SURYA LANG ITAN
NPM : 19024010142

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada hari ~~Sem~~ tanggal 30 bulan September Tahun 2024

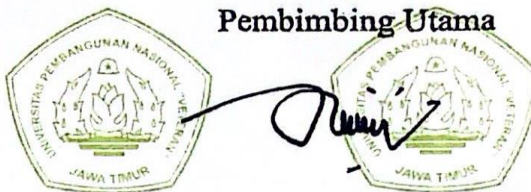
Telah disetujui oleh :

Pembimbing Pendamping



Dr. Dona Wahyuning Laily, S.P., M.P.
NPT. 20219830810234

Pembimbing Utama



Dr. Ir. Hamidah Hendrarini, M.Si.
NIP. 19601227 199103 2001

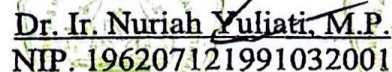
Mengetahui:

Dekan Fakultas Pertanian



Dr. Ir. Wanti Mindari, M.P.
NIP. 19631208 199003 2001

Koordinator Program Studi Agribisnis



Dr. Ir. Nuriah Yulianti, M.P.
NIP. 196207121991032001

SURAT PERNYATAAN

Berdasarkan Undang-Undang No.19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta dan Permendiknas No.17 Tahun 2010, Pasal 1 Ayat 1 tentang *plagiarism* Maka, saya sebagai Penulis Skripsi dengan judul: "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Teh Kotak Ultrajaya di Super Indo - Hr Muhammad Surabaya". Menyatakan bahwa Skripsi tersebut diatas bebas dari *plagiarism*

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 30 September 2024



Surya Lang Itang
NPM : 19024010142

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadiran Tuhan yang telah memberikan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Teh Kotak Ultrajaya di Super Indo - HR Muhammad Surabaya”.

Penyusunan Skripsi ini merupakan kewajiban untuk memenuhi persyaratan akademik bagi setiap mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur untuk menyelesaikan program studi pada tahap strata satu (S-1).

Penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah membantu dan memberikan arahan serta dukungannya dalam kegiatan penyusunan Skripsi ini. Oleh karena itu, sudah sepantasnya sebagai penulis dengan penuh rasa hormat mengucapkan terima kasih atas kesempatan, waktu dan arahan, serta bimbingannya selama ini kepada Dr. Ir. Hamidah Hendrarini, M.Si. selaku pembimbing utama dan Dr. Dona Wahyuning Laily, S.P., M.P. selaku pembimbing pendamping.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. Wanti Mindari, M.P. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur;
2. Prof. Dr. Ir. Syarif Imam Hidayat, M.M. selaku Ketua Jurusan Agribisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur;
3. Dr. Ir. Nuriah Yuliati, M.P. selaku Koordinator Program Studi Agribisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur;
4. Seluruh dosen dan tenaga pendidik di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Akhir kata, penulis mengharapkan kritik yang bersifat konstruktif agar memacu *critical thinking* dalam menuangkan ide untuk penulisan Skripsi yang lebih baik. Selain itu, penulis juga mengharapkan saran yang bersifat membangun yang fokus pada pemberian umpan balik yang relevan serta didukung oleh contoh-contoh spesifik, untuk dapat membantu penulis meningkatkan kualitas penulisan dalam Skripsi.

Surabaya, 30 September 2024

Penulis

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH KOTAK ULTRAJAYA
DI SUPER INDO - HR MUHAMMAD SURABAYA**

Surya Lang Itan, Hamidah Hendrarini, Dona Wahyuning Layli

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian Teh Kotak Ultrajaya. Pemilihan lokasi berada di Kota Surabaya ditentukan secara *purposive*. Populasi yakni konsumen Teh Kotak Ultrajaya kemasan 300 ml. Penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel yang diambil berjumlah 50 responden. Metode penelitian menggunakan analisis SEM-PLS. Pengambilan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan kriteria 51 pernyataan. Hasil penelitian ini menemukan bahwa kualitas produk, harga, dan promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada teh siap minum dalam kemasan merek Teh Kotak Ultrajaya. Kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada Teh Kotak Ultrajaya. Nilai *t-statistics* yang positif (3,494) dan *p-value* yang sangat rendah (0,001). Harga memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada Teh Kotak Ultrajaya. Nilai *t-statistics* yang positif (2,877) dan *p-value* yang rendah (0,004). Promosi memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada Teh Kotak Ultrajaya. Nilai *t-statistics* yang positif (2,083) dan *p-value* yang cukup rendah (0,038). Kualitas produk merupakan faktor yang paling penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, diikuti oleh promosi dan harga. Hasil penelitian ini memiliki implikasi penting bagi perusahaan. Perusahaan disarankan untuk mempertahankan atau meningkatkan kualitas produknya guna meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Perusahaan juga perlu mempertimbangkan strategi harga yang mendukung keputusan pembelian konsumen dan meminimalkan dampak negatif pada minat pembelian. Selain itu, perusahaan disarankan untuk mempertahankan atau meningkatkan upaya promosi mereka guna memaksimalkan dampaknya pada keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Produk; Harga; Promosi; Keputusan Pembelian; Teh Kotak Ultrajaya

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE, AND PROMOTION ON
THE PURCHASE DECISION OF TEH KOTAK ULTRAJAYA
IN SUPER INDO - HR MUHAMMAD SURABAYA**

Surya Lang Itan, Hamidah Hendrarini, Dona Wahyuning Layli

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of product quality, price and promotion on purchasing decisions for Teh Kotak Ultrajaya. The choice of location in the city of Surabaya was determined purposively. The population is consumers of 300 ml Ultrajaya Box Tea. Determination of the sample using purposive sampling technique. The samples taken amounted to 50 respondents. The research method uses SEM-PLS analysis. Data collection was carried out by distributing questionnaires with 51 statement criteria. The results of this research found that product quality, price and promotion have a significant influence on consumer purchasing decisions for ready-to-drink tea in the Teh Kotak Ultrajaya brand packaging. Product quality has a significant and positive influence on consumer purchasing decisions at Teh Kotak Ultrajaya. The t-statistics value is positive (3.494) and the p-value is very low (0.001). Price has a significant and positive influence on consumer purchasing decisions at Teh Kotak Ultrajaya. The t-statistics value is positive (2.877) and the p-value is low (0.004). Promotions have a significant and positive influence on consumer purchasing decisions at Teh Kotak Ultrajaya. The t-statistics value is positive (2.083) and the p-value is quite low (0.038). Product quality is the most important factor in influencing consumer purchasing decisions, followed by promotion and price. The results of this research have important implications for companies. Companies are advised to maintain or improve the quality of their products to improve consumer purchasing decisions. Companies also need to consider pricing strategies that support consumer purchasing decisions and minimize negative impacts on purchasing intentions. Additionally, companies are advised to maintain or increase their promotional efforts to maximize their impact on consumer purchasing decisions.

Keywords: Product Quality; Price; Promotion; purchase decision; Teh Kotak Ultrajaya

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMBUNG	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
II. TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Penelitian Terdahulu	11
2.1.1. <i>Review</i> Penelitian Terdahulu	12
2.1.2. Gap Penelitian	18
2.2. Konsumen	19
2.2.1. Perilaku Konsumen	20

2.2.2. Konsumen sebagai Target Perusahaan.....	21
2.3. Kualitas Produk.....	23
2.4. Harga.....	27
2.5. Promosi.....	28
2.6. Keputusan Pembelian.....	30
2.7. Teh dalam Kemasan.....	31
2.8. Kerangka Pemikiran.....	33
2.9. Model Penelitian.....	35
2.10. Hipotesis Penelitian.....	35
III. METODE PENELITIAN.....	37
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	37
3.1.1. Tempat Penelitian.....	37
3.1.2. Waktu Penelitian.....	37
3.2. Metode Penentuan Lokasi.....	37
3.3. Metode Penentuan Populasi dan Jumlah Sampel.....	38
3.3.1. Populasi.....	38
3.3.2. Sampel.....	38
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	40
3.4.1. Data Primer.....	41
3.4.2. Data Sekunder.....	41
3.5. Metode Analisis Data.....	41
3.5.1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	42
3.5.2. Uji SEM-PLS.....	43
3.6. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	44

3.6.1. Definisi Operasional.....	44
3.6.2. Pengukuran Variabel.....	46
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1. Keadaan Umum.....	47
4.1.1. Sejarah dan Profil Perusahaan.....	47
4.1.2. Varian Produk Teh Kotak Ultrajaya	48
4.2. Karakteristik Responden	49
4.3. Analisis Model	51
4.4. Pengaruh Kualitas Produk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y) Pada Teh Kotak Ultrajaya	61
4.5. Pengaruh Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y) Pada Teh Kotak Ultrajaya	62
4.6. Pengaruh Promosi (X3) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y) Pada Teh Kotak Ultrajaya	64
V. SIMPULAN DAN SARAN	68
5.1. Simpulan	68
5.2. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN.....	77

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Halaman
1.1.	Penghargaan yang Diperoleh Teh Kotak Ultrajaya	7
3.1.	Jadwal Kegiatan Penelitian	37
3.2.	Definisi Operasional.....	45
4.1.	Frekuensi Karakteristik Responden	49
4.2.	Hasil Uji Validitas Konstruk.....	53
4.3.	Hasil Uji Reliabilitas	57
4.4.	Hasil Uji <i>Chi-Square</i>	58
4.5.	Hasil Uji Signifikansi.....	59

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Halaman
1.1.	Rata – Rata Konsumsi Teh Kemasan per Kapita Seminggu Indonesia Tahun 2021	2
1.2.	Ragam Jenis Minuman Kemasan Favorit Masyarakat Indonesia Tahun 2022	3
1.3.	Minuman Teh Kemasan Favorit Masyarakat Saat Berbuka Tahun 2023	4
2.1.	Kerangka Pemikiran.....	33
2.2.	Model Penelitian	35
4.1.	Varian Teh Kotak Ultrajaya <i>Jasmine Tea</i>	48
4.2.	Diagram Jalur <i>Outer Model PLS</i>	52

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian	77