

**PENGARUH *PRODUCT KNOWLEDGE* DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LE MINERALE
DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

MOCHAMMAD RAYYAN THALIB
20012010348/FEB/EM

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

2025

**PENGARUH *PRODUCT KNOWLEDGE* DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LE MINERALE
DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

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



Diajukan Oleh :

MOCHAMMAD RAYYAN THALIB

20012010348/FEB/EM

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

2025

SKRIPSI

**PENGARUH *PRODUCT KNOWLEDGE* DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LE MINERALE
DI KOTA SURABAYA**

Disusun Oleh :


MOCHAMMAD RAYYAN THALIB
20012010348 / 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 : 14 Januari 2025

Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing Utama


Dr. Wiwik Handayani, SE, M.Si
NIP. 196901132021212003


Dra. Ec. Nuruni Ika Kusuma Wardani, MM, CMA
NIP. 196310091991032001

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 dibawah ini:

Nama : Mochammad Rayyan Thalib
NPM : 20012010348
Fakultas /Program Studi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis / Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Product Knowledge* dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Le Minerale di Kota 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, 14 Januari 2025

Yang Menyatakan



Mochammad Rayyan Thalib
20012010348

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas karunia – Nya dalam melancarkan penyelesaian usulan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Product Knowledge dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Le Minerale di Kota Surabaya ”** sebagai syarat yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar sarjana strata satu pada program studi Ekonomi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “ Veteran” Jawa Timur.

Penulis Menyadari Skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan dan nasehat dari berbagai pihak. Pada kesempatan kali ini, penulis menyampaikan terima kasih yang setulus – tulusnya kepada :

1. Bapak 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., CFP., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur;
3. Ibu Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur;
4. Ibu Dra. Ec. Nuruni Ika Kusuma Wardani, MM, CMA selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan bimbingan serta motivasi dalam penyusunan usulan penelitian ini ;

5. Kepada Orang Tua saya, yang telah memberikan dukungan berupa doa, motivasi, dan finansial selama kegiatan kuliah saya;
6. Kepada adik saya Salwa Yasmin Thalib yang juga memberikan semangat kepada saya dalam proses perkuliahan;
7. Kepada seluruh teman-teman penulis di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih untuk semua dukungan dan motivasi serta sudah berteman baik dengan penulis.

Penulis Menyadari bahwa dalam penyusunan usulan penelitian ini masih banyak kekurangan yang disebabkan keterbatasan pengetahuan serta pengalaman penulis. Oleh karena itu, menghargai segala bentuk kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak. Tidak ada yang dapat penulis berikan kepada mereka selain ucapan terima kasih yang tak terhingga dan mendapat balasan yang jauh lebih baik dari Allah SWT.

Surabaya, 14 Januari 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
ABSTRAK	ix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Landasan Teori	14
2.1.1 Perilaku Konsumen	14
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	14
2.1.3 Product Knowledge.....	15
2.1.4 Citra Merek	20
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	23
2.3 Hubungan Antar Variabel	26
2.4 Kerangka Konseptual	28
2.5 Hipotesis.....	28
BAB III	29
METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	29
3.1.1 Variabel Independen/Bebas (X).....	29
3.1.2 Variabel Dependen/Terikat (Y).....	31
3.1.3 Pengukuran Variabel.....	32

3.2	Teknik Pengumpulan Sampel.....	33
3.2.1	Populasi.....	33
3.2.2	Sampel.....	33
3.3	Teknik Pengumpulan Data	34
3.3.1	Jenis dan Sumber Data	34
3.3.2	Metode Pengumpulan Data.....	35
3.4	Uji Validitas dan Reliabilitas	35
3.4.1	Uji Validitas	35
3.4.2	Uji Reliabilitas	36
3.5	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	36
3.5.1	Teknik Analisis Data.....	36
3.5.2	Model Indikator Reflektif dan informatif	37
3.5.3	Cara Kerja PLS	40
3.5.4	Langkah-Langkah PLS.....	41
3.5.5	Asumsi PLS.....	46
3.5.6	Ukuran Sampel.....	47
BAB IV	48
HASIL DAN PEMBAHASAN	48
4.1	Definisi Objek Penelitian	48
4.1.1	Profil Perusahaan	48
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	49
4.2.1	Karakteristik Responden	50
4.2.2	Statistik Deskriptif	51
4.3	Analisis Data	52
4.3.1	Uji Outlier	52
4.3.2	Hasil Interpretasi PLS	54
4.4	Pembahasan	62
4.4.1	Pengaruh Product Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian.....	62
4.4.2	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	64
BAB V	67
KESIMPULAN DAN SARAN	67
5.1	Kesimpulan.....	67

5.1	Saran.....	67
	DAFTAR PUSTAKA.....	69
	LAMPIRAN.....	74

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
Tabel 1. 1	Market Share Air Minum Dalam Kemasan 2024 di Kota Surabaya.....	4
Tabel 3. 1	Skala Likert	33
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden	50
Tabel 4.2	Usia Responden.....	50
Tabel 4.3	Statistik Deskriptif.....	51
Tabel 4.4	Residual Statistic	53
Tabel 4.5	Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values)	55
Tabel 4.6	Cross Loading	57
Tabel 4.7	Average Variance Extracted (AVE).....	58
Tabel 4.8	Composite Reliability.....	58
Tabel 4.9	Latent Variabel Correlation.....	59
Tabel 4.10	R Square	61
Tabel 4.11	Path Coeffisients (Mean, STDEV, T-Values).....	62

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
Gambar 1. 1	Komposisi Timbunan Sampah.....	2
Gambar 1. 2	Laporan Penjualan PT Tirta Fresindo Jaya Tahun 2019-2022	7
Gambar 2. 1	Kerangka Konspetual	28
Gambar 3. 1	Model Indikator Reflektif	38
Gambar 3. 2	Model Indikator Informatif.....	40
Gambar 3. 3	Diagram Jalur.....	42
Gambar 4. 1	Analisis Model PLS	60

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
Lampiran 1.1	Kuesioner Penelitian.....	74
Lampiran 1.2	Tabulasi Data.....	78
Lampiran 1.3	Hasil Olah Data.....	81

Pengaruh Product Knowledge Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Le Minerale Di Kota Surabaya

Oleh :

Mochammad Rayyan Thalib
20012010348 / FEB / EM

ABSTRAK

Tercemarnya lingkungan yang diakibatkan oleh penumpukan sampah plastik yang susah di daur ulang. Le Minerale menawarkan produk air minum dalam kemasan yang berbahan dasar *Polyethylene Terephthalate* (PET) selain terbebas dari BPA, bahan dasar *Polyethylene Terephthalate* juga mudah untuk dilakukan daur ulang. Selain itu Le Minerale juga mengalami *black campaign*. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh *Product Knowledge* terhadap keputusan Pembelian Le Minerale dan pengaruh Citra Merek terhadap keputusan pembelian Le Minerale.

Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah kuantitatif. Skala pengukuran variabel yang digunakan pada penelitian ini yaitu skala ordinal dengan teknik pembobotan likert dan responden berjumlah 90. Peneliti menggunakan metode non-probability sampling dengan teknik purposive sampling. Pendekatan analisis data menggunakan program PLS (Partial Least Square).

Berdasarkan hasil penelitian, *product knowledge* dan citra merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Le Minerale.

Kata Kunci : *Product Knowledge*; Citra Merek; Keputusan Pembelian