

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SUSU UHT
ULTRA MILK DI MAGETAN**

SKRIPSI



Diajukan Oleh:

DITHA MEILIASARI

21012010053/FEB/EM

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

2025

SKRIPSI
PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SUSU UHT
ULTRA MILK DI MAGETAN

Disusun Oleh :

DITHA MEILIASARI
21012010053 / 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 : 05 Juni 2025

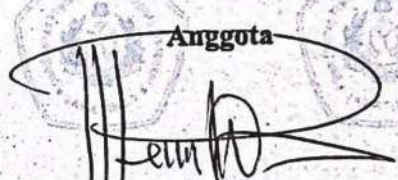
Pembimbing Utama


Drs. Ec. Supriyono, SE.MM
NIP. 196106261988031001

Tim Penguji Ketua


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

Anggota


Reiga Ritomlea Ariescy, S.E., M.M.
NIP. 199211232018031001

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 BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ditha Meiliasari
NPM : 21012010053
Program : Sarjana(S1)
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemulan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 10 Juni 2025

Yang membuat pernyataan



Ditha Meiliasari
NPM 21012010053

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian dengan judul "Pengaruh Citra Merk, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk, Terhadap Keputusan Pembelian Susu UHT Ultra Milk di Magetan". Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.

Selama penyusunan skripsi, banyak pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyusun skripsi hingga selesai.
2. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M,MT. selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
3. Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
4. Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si. selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
5. Drs.Ec. Supriyono, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing skripsi.
6. Kedua Orang Tua yang telah memberikan do'a dan semangat dalam menyusun skripsi ini.

7. Teman-teman manajemen 2021 yang telah memberikan dukungan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir/skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dan membantu penulis di masa yang akan datang. Semoga laporan ini dapat membawa banyak manfaat dan wawasan serta berguna bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 10 juni 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
Abstrak	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
2.2 Tinjauan Teori	20
2.2.1 Manajemen Pemasaran.....	20
2.2.2 Citra Merek	22
2.2.3 Persepsi Harga.....	24
2.2.4 Kualitas Produk.....	26
2.2.5 Keputusan Pembelian.....	28
2.3 Hubungan Antar Variabel	32

2.3.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	32
2.3.2	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	33
2.3.3	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	34
2.4	Kerangka Konseptual	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		37
3.1	Jenis Penelitian.....	37
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	37
3.2.1	Variabel Independen.....	37
3.2.2	Variabel Dependent	41
3.2.3	Pengukuran Variabel	42
3.3	Teknik Penentuan Sampel	43
3.3.1	Populasi	43
3.3.2	Sampel.....	43
3.3.3	Teknik Sampling	44
3.4	Teknik Pengumpulan Data	45
3.4.1	Jenis Data	45
3.4.2	Metode Pengumpulan Data	46
3.5	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	46
3.5.1	Partial Least Square.....	46
3.5.2	Langkah – langkah Analisis PLS	55

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	59
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian.....	59
4.2 Karakteristik Responden dan Deskripsi Hasil Penelitian.....	60
4.2.1 Karakter Responden	60
4.2.2 Deskripsi Variabel Citra Merek dan Indikator	64
4.2.3 Deskripsi Variabel Persepsi Harga dan Indikator.....	65
4.2.4 Deskripsi Variabel Kualitas Produk dan Indikator	67
4.2.5 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian dan Indikator.....	70
4.3 Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	72
4.3.1 Interpretasi Hasil PLS	72
4.3.2 Pengujian Hipotesis.....	79
4.4 Pembahasan.....	81
4.4.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	81
4.4.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	83
4.4.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	86
5.1 Kesimpulan	86
5.2 Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Komparasi Top <i>Brand</i> Award Susu Cair Dalam Kemasan Siap Minum	5
Gambar 1. 2 Data Penjualan UD Langgeng Jaya Grosir (2024).....	8
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	35
Gambar 3. 1 Struktur Evaluasi Model dalam PLS-SEM	47
Gambar 3. 2 Modul Konstruk Reflektif	50
Gambar 3. 3 Modul Konstruk Formatif	51
Gambar 4. 1 Outer Model dengan factor loading, Path Coefficient dan R-Square	72
Gambar 4. 2 Inner Model dengan nilai signifikasi T-Statistic Bootstrapping.....	81

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Award (2024)	6
Tabel 1. 2 Data Penjualan UD Langgeng Jaya Grosir (2024).....	7
Tabel 2.1 Urutan Skor Jawaban Skala Likert	43
Tabel 4.1 Karakteristik Usia Responden	61
Tabel 4.2 Karakteristik Jenis Kelamin Responden	61
Tabel 4.3 Karakteristik Pendidikan Terakhir Responden	62
Tabel 4.4 Karakteristik Pekerjaan Responden	63
Tabel 4. 5 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel Citra Merek (X1)	64
Tabel 4. 6 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel Persepsi Harga (X2) ..	65
Tabel 4. 7 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk (X3)	67
Tabel 4. 8 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)	70
Tabel 4. 9 Outer Loadings	73
Tabel 4. 10 Cross Loading	75
Tabel 4. 11 Average Variance Extracted (AVE)	76
Tabel 4. 12 Composite Reliability	77
Tabel 4. 13 Latent Variable Correlations	78
Tabel 4. 14 R-square	79
Tabel 4. 15 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values)	80

PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SUSU UHT ULTRA MILK DI MAGETAN

Oleh :

Ditha Meiliasari
21012010053/FEB/EM

Abstrak

Persaingan dalam industri susu UHT mendorong perusahaan untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kontribusi citra merek, persepsi harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian susu UHT Ultra Milk di Kabupaten Magetan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 85 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen yang pernah membeli susu UHT Ultra Milk. Sampel diambil menggunakan metode *convenience sampling*. Data yang digunakan merupakan data primer dari kuesioner, serta dianalisis dengan metode *Partial Least Square* (PLS) menggunakan uji validitas, reliabilitas, dan uji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek, persepsi harga, dan kualitas produk berkontribusi positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini menunjukkan bahwa konsumen di Magetan mempertimbangkan tidak hanya aspek fungsional seperti harga dan kualitas, tetapi juga citra merek dalam pengambilan keputusan pembelian. Dengan demikian, pencitraan merek yang kuat menjadi salah satu faktor penting dalam memenangkan persaingan pasar dan membentuk loyalitas konsumen.

Kata Kunci: Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Ultra Milk