

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK TEH GELAS DI SURABAYA**

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

ANGELINA RAHMAWATI

21012010047/FEB/EM

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

2025

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK TEH GELAS DI SURABAYA**

SKRIPSI

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



Diajukan Oleh :

ANGELINA RAHMAWATI

21012010047/FEB/EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAWA TIMUR**

2025

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK TEH GELAS DI SURABAYA**

Disusun Oleh :

ANGELINA RAHMAWATI
21012010047/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 : 07 November 2025**

Pembimbing Utama

Tim Penguji Ketua

Drs. Ec. Hery Pudjioprastyono, M.M.
NIP.196203181988031002

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

Anggota

Ratih Mukti Ahzar, S.P., M.M.
NIP. 21219920624346

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

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

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Angelina Rahmawati

NPM : 21012010047

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 ditemuan 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, 27 November 2025

Yang Membuat Pernyataan



Angelina Rahmawati
21012010047

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT. atas segala limpahan rahmat, nikmat, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TEH GELAS DI SURABAYA” dengan baik dan tepat waktu.

Penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) bagi mahasiswa program S-1 pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.

Dalam proses penyusunan penelitian ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa keberhasilan penelitian ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan 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, CRP. 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 Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.
4. Bapak Drs. Ec. Hery Pudjoprastyono, M.M. selaku Dosen Pembimbing yang dengan sabar telah memberikan arahan, bimbingan, dan motivasi kepada penulis.

5. Ibu Sulastri Irbayuni, S.E., M.M. selaku dosen wali yang telah membantu dalam memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi.
6. Segenap Dosen Fakultas dan Civitas Akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur yang telah memberikan ilmu serta bantuan selama penulis menempuh pendidikan.
7. Kedua orang tua tercinta yaitu Bapak Tubari dan Ibu Sulaikah dan adik tercinta Aqila Farzana Ayunindya atas doa, dukungan moral, serta motivasi yang tiada henti.
8. Sahabat dan teman dekat saya, Jeje, Icha, Dyah, Akhma, dan Riska yang selalu mendukung dan menemani penulis selama ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung.
10. Angelina Rahmawati, diri saya sendiri. Terima kasih selalu berusaha dengan penuh semangat dan bertahan hingga di titik ini. Terima kasih karena selalu kuat dan tenang dalam menghadapi segala hal yang terjadi serta yakin mampu menjalaninya dengan baik. Semoga karya ini menjadi awal perjalanan menuju kesuksesan yang lebih besar.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan karya ilmiah ini di masa mendatang. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat serta menjadi bahan referensi bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 8 Oktober 2025

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	iv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
10.1	L
atar Belakang	1
10.2	R
umusan Masalah	16
10.3	T
ujuan Penelitian	17
10.4	M
manfaat Penelitian	17
BAB II.....	19
TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1 Penelitian Terdahulu	19
2.2 Landasan Teori	25
2.2.1 Manajemen Pemasaran.....	25
2.2.2 Perilaku Konsumen	26
2.2.3 Kualitas Produk.....	27
2.2.4 Citra Merek	30
2.2.5 Promosi	33
2.2.6 Keputusan Pembelian.....	37
2.3 Hubungan Antar Variabel	41
2.3.1 Hubungan antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	41
2.3.2 Hubungan antara Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	42
2.3.3 Hubungan antara Promosi terhadap Keputusan Pembelian	43
2.3 Kerangka Konseptual.....	45
2.4 Hipotesis	45

METODE PENELITIAN	46
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	46
3.1.1 Definisi Operasional.....	46
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	52
3.2 Pengukuran Variabel.....	53
3.2.1 Populasi.....	53
3.2.2 Sampel.....	53
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.3.1 Jenis Data	55
3.3.2 Sumber Data.....	56
3.4 Metode Analisis Data.....	57
3.4.1 Metode Analisis Data	57
3.4.2 Cara Kerja PLS	58
3.4.3 Langkah-langkah PLS.....	59
3.4.4 Asumsi PLS.....	67
3.4.5 Ukuran Sampel.....	67
BAB IV	69
HASIL DAN PEMBAHASAN	69
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	69
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	70
4.2.1 Karakteristik Responden	70
4.2.2 Deskripsi Data Variabel	74
4.3 Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	80
4.3.1 Hasil Interpretasi PLS	80
4.2 Pembahasan	88
4.2.1 Pengaruh Kualitas Produk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	88
4.2.2 Pengaruh Citra Merek (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	89
4.2.3 Pengaruh Promosi (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	91
BAB V.....	93
KESIMPULAN DAN SARAN	93
5.1 Kesimpulan	93

5.2 Saran	94
DAFTAR PUSTAKA.....	96
LAMPIRAN	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Ragam Jenis Minuman Kemasan Favorit Masyarakat Indonesia (Juli 2022) .	2
Gambar 1.2 Ragam Merek Teh dalam Kemasan Siap Minum (2024).....	5
Gambar 1.3 Ulasan Produk Teh Gelas pada Aplikasi TikTok 2024.....	11
Gambar 1.4 Ulasan Produk Teh Gelas pada Aplikasi TikTok	13
Gambar 1.5 Ulasan Produk Teh Gelas pada Aplikasi Instagram	15

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Teh Siap Minum Dalam Kemasan Tahun 2020-2024	6
Tabel 1. 2 Market Share Teh Kemasan Botol (2020).....	8
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	70
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	73
Tabel 4. 3 Frekuensi Jawaban Responden untuk Kualitas Produk	74
Tabel 4. 4 Frekuensi Jawaban Responden untuk Citra Merek.....	75
Tabel 4. 5 Frekuensi Jawaban Responden untuk Promosi.....	77
Tabel 4. 6 Frekuensi Jawaban Responden untuk Keputusan Pembelian	78
Tabel 4. 7 Outer Loadings	81
Tabel 4. 8 Cross Loading.....	82
Tabel 4. 9 Average variance extracted (AVE)	83
Tabel 4. 10 Composite Reliability	84
Tabel 4. 11 R-Square	87
Tabel 4. 12 Path Coefficient (Mean, STDEV, T-Values)	86

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK TEH GELAS DI SURABAYA**

Oleh :

ANGELINA RAHMAWATI

21012010047/FEB/EM

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, citra merek, dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Teh Gelas di Surabaya. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan asosiatif. Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner melalui gform kepada 112 responden yang pernah membeli produk Teh Gelas di Surabaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, sedangkan metode analisis data menggunakan Partial Least Squares (PLS) dengan bantuan software SmartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, yang berarti semakin baik kualitas rasa Teh Gelas, akan tetapi Citra merek berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menegaskan bahwa kualitas produk dan promosi merupakan faktor utama yang mendorong keputusan pembelian Teh Gelas di Surabaya, sedangkan citra merek tidak berpengaruh signifikan.

Kata kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Promosi, Keputusan Pembelian.