

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SOSIS SO NICE DI SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

RIZKY NANDA SATYA
22012010319/FEB/EM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAWA TIMUR
2026**

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SOSIS SO NICE DI SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

**Rizky Nanda Satya
22012010319/FEB/EM**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAWA TIMUR
2026**

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SOSIS SO NICE DI SURABAYA**

Disusun Oleh:

RIZKY NANDA SATYA
22012010319/FEB/EM

**Telah Dipertahankan Dihadapan
dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal: 1 September 2026**

Pembimbing Utama


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

**Tim Penguji
Ketua**


Sulastri Irbayuni, S.E., M.M.
NIP. 196206161989032001

Anggota


Dr. Hesty Prima Rini, S.E., M.M.
NIP. 198410132019032010

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 : Rizky Nanda Satya

NPM : 22012010319

Program : Sarjana (S1)

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah ~~Tugas Akhir~~/Skripsi/~~Tesis~~/~~Disertasi~~* 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 ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi/~~Tesis~~/~~Disertasi~~ 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, 1 September 2026

Yang Membuat pernyataan



Rizky Nanda Satya
NPM. 22012010319

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT karena atas rahmat serta hidayah-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SOSIS SO NICE DI SURABAYA”**. Tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah sebagai persyaratan akademik yang harus dipenuhi dalam Program Studi S1 Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari adanya bimbingan, bantuan, dukungan, serta arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar – besarnya 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 Prof. 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 selalu memberikan bimbingan serta arahan kepada peneliti dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi.

5. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama perkuliahan kepada peneliti.
6. Kedua orang tua peneliti bapak dan mama, serta kakak, adik peneliti yang selalu memberikan doa serta dukungan penuh setiap saat kepada peneliti.
7. Seluruh sahabat dan teman – teman peneliti baik selama masa perkuliahan dan masa sekolah yang telah memberikan dukungan, doa, dan semangat dalam menyelesaikan skripsi.
8. Dan seluruh pihak lainnya yang tidak dapat peneliti sebutkan yang telah memberikan dukungan serta semangat kepada peneliti dalam penyusunan skripsi.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan didalamnya. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi peneliti dan semua pihak.

Surabaya, 1 September 2026

Peneliti

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 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat penelitian	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
2.2 Landasan Teori	20
2.2.1 Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	20
2.2.2 Perilaku Konsumen.....	21
2.2.3 Citra Merek	22
2.2.4 Kualitas Produk.....	25
2.2.5 Persepsi Harga	28
2.2.6 Keputusan Pembelian	30
2.3 Hubungan Antar Variabel	32
2.4 Kerangka Konseptual	37
2.5 Hipotesis.....	37
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	38
3.1.1 Definisi Operasional	38
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	41
3.2 Teknik Penentuan Sampel	42
3.2.1 Populasi.....	42
3.2.2 Sampel	42
3.3 Teknik Pengumpulan Data	43

3.3.1 Jenis Data	43
3.3.2 Sumber Data	44
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.4 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis	44
3.4.1 Metode Analisis Data	44
3.4.2 Kegunaan Metode PLS	45
3.4.3 Cara Kerja PLS	46
3.4.4 Langkah- Langkah PLS	46
3.4.5 Asumsi PLS	50
3.4.6 Ukuran Sampel	50
3.4.7 Uji Validitas dan Reabilitas	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	53
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	53
4.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	54
4.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
4.2.3 Deskripsi Variabel	55
4.2.3.1 Citra Merek	55
4.2.3.2 Kualitas Produk.....	58
4.2.3.3 Persepsi Harga	62
4.2.3.4 Keputusan Pembelian	65
4.3 Deskripsi Hasil Analisis Data.....	67
4.3.1 Interpretasi Hasil Olah Data PLS.....	67
4.3.1.1 Pengujian Model Pengukuran (Outer Model).....	67
4.3.1.2 Analisis Model PLS	73
4.4 Pembahasan	76
4.4.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	76
4.4.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	77
4.4.3 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian	78
BAB V_KESIMPULAN DAN SARAN.....	81
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran.....	82

DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Permintaan Makanan Instant Tahun 2025.....	1
Gambar 1.2 Komentar terkait Citra Merek Sosis So Nice	9
Gambar 1.3 Komentar terkait Kualitas Produk Sosis So Nice.....	11
Gambar 1.4 Komentar terkait Persepsi Harga.....	13
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	37
Gambar 3.1 Diagram Jalur Penelitian	48
Gambar 4.1 Outer Model dengan Factor Loading, Path Coefficient, dan R-Square	73
Gambar 4.2 Inner Model dengan nilai signifikansi T-Statistic Bootstrapping	75

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Usia Responden.....	54
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden	54
Tabel 4.3 Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Citra Merek (X1)	56
Tabel 4.4 Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Kualitas Produk (X2).....	59
Tabel 4.5 Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Persepsi Harga (X3).....	62
Tabel 4.6 Frekuensi Jawaban Responden mengenai Keputusan Pembelian (Y) ..	65
Tabel 4.7 Outer Loading (Mean, STDEV, T-Values).....	68
Tabel 4.8 Cross Loading	70
Tabel 4.9 Average Variance Extracted (AVE)	71
Tabel 4.10 Composite Realibility	71
Tabel 4.11 Latent Variable Correlations	72
Tabel 4.12 R-Square.....	73
Tabel 4.13 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values, P-Values).....	74

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SOSIS SO NICE DI SURABAYA**

Oleh:

**Rizky Nanda Satya
22012010319/FEB/EM**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian Sosis So Nice di Surabaya. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan metode kuantitatif, dengan variabel independent dalam penelitian ini adalah citra merek, kualitas produk dan persepsi harga serta variabel dependen adalah keputusan pembelian.

Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 112 konsumen Sosis So Nice di Surabaya. Pengambilan sampel menggunakan metode non probability sampling dengan teknik purposive sampling melalui penyebaran kuesioner. Analisis data dilakukan dengan metode Structural Equation Modeling (SEM) berbasis komponen dengan menggunakan alat analisis Partial Least Square (PLS).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Sosis So Nice di Surabaya, 2) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Sosis So Nice di Surabaya, 3) Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Sosis So Nice di Surabaya

Kata Kunci: Citra Merek; Kualitas Produk; Persepsi Harga; Keputusan Pembelian