

**PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIZONE DI SAKINAH
SUPERMARKET SURABAYA**

SKRIPSI



Disusun Oleh

ANTON FEBRIONO
NPM.1612010276

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

2020

**PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIZONE DI SAKINAH
SUPERMARKET SURABAYA**

SKRIPSI



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

Diajukan Oleh :

**ANTON FEBRIONO
1612010276/FEB/EM**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2020**

SKRIPSI
PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIZONE DI SAKINAH
SUPERMARKET SURABAYA

Dusun Oleh:
ANTON FEBRIONO
1612010276/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: 08 JULI 2020


Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Sulastri Irbayuni, SE,MM
NIP.196206161989032901

Pembimbing Utama


Drs. Ec. Pandji Soegiono, SE,MM,
NIP.196410231990031002

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


Prof. Dr. Syamsul Huda, SE, MT
NIP. 195908281990031001

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunianya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Dengan judul :

“PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIZONE DI SAKINAH SUPERMARKET SURABAYA”

Skripsi ini diajukan dalam rangka melengkapi persyaratan yang harus dilengkapi guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) Progdi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Dalam pelaksanaan dan penyusunan penelitian ini penulis telah banyak mendapatkan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis dengan segala hormat menghaturkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. AKHMAD FAUZI, M.MT. Selaku rektor Universitas Pembangunan Nasional Jawa Timur.
2. Bapak Prof. Dr. SYAMSUL HUDHA, SE, MT. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Jawa Timur.
3. Ibu SULASTRI IRBAYUNI, SE, MM. Selaku Koordinator Program Studi Manajemen – S1 Universitas Pembangunan Nasional Jawa Timur.
4. Bapak Drs. EC. PANDJI SOEGIONO, SE, MM. Selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, masukan, dan

dorongan yang sangat berharga serta kesabaran dan perhatiannya dalam penulisan penelitian ini.

5. Terima kasih yang paling utama penulis haturkan kepada kedua OrangTua atas segala doa, pengorbanan dan dukungan yang tiada tara, serta seluruh keluarga dan saudara yang mendukung dan mendoakan kesusksesan penulis.
6. Para teman dan sahabat seteguk sekaligus untuk menikmati aroma kopi Mundhir, Awik, Rifky, Ramli, Dedi, Roziq, Dimas, Rivaldi, Arya, Esa, Septian, Ari, Rizal, yang telah memberikan ide kreatif lalu tiada henti dalam memberikan semangat serta adanya masukan dalam penelitian ini.
7. Teman dan sahabat satu kos Indrawan, Aris, Rendra yang selalu memberikan motivasi, semangat dan arti kebersamaan selama proses penulisan.
8. Semua teman-teman seperjuangan Program Studi Manajemen yang telah ikut berkontribusi, terima kasih atas dukungan dan semangatnya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar penulis dapat belajar lebih baik lagi.

Surabaya, 20 Juni 2020

Penulis

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|------------------------------------|----------------|
| KATA PENGANTAR..... | i |
| DAFTAR ISI..... | iii |
| DAFTAR TABEL..... | vii |
| DAFTAR GAMBAR..... | viii |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 12 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 12 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 13 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | |
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 15 |
| 2.2 Landasan Teori | 17 |
| 2.2.1 Produk..... | 17 |
| 2.2.2 Diferensiasi Produk..... | 22 |

| | |
|--|----|
| 2.2.3 Citra Merek..... | 24 |
| 2.2.4 Keputusan Pembelian..... | 26 |
| 2.3 Hubungan Antar Variabel..... | 31 |
| 2.3.1 Hubungan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian..... | 31 |
| 2.3.2 Hubungan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian..... | 35 |
| 2.4 Kerangka Konseptual..... | 39 |
| 2.5 Hipotesis..... | 41 |

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

| | |
|---|----|
| 3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel..... | 42 |
| 3.1.1 Definisi Operasional..... | 42 |
| 3.1.3 Pengukuran Variabel..... | 45 |
| 3.2 Teknik Penentuan Sampel..... | 46 |
| 3.3 Teknik Pengumpulan Data..... | 48 |
| 3.3.1 Jenis Data..... | 48 |
| 3.3.2 Sumber Data..... | 49 |
| 3.3.3 Pengumpulan Data..... | 49 |
| 3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas..... | 50 |
| 3.4.1 Uji Validitas..... | 50 |

| | |
|---|----|
| 3.4.2 Uji Reliabilitas..... | 50 |
| 3.5 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis..... | 51 |
| 3.5.1 Teknik Analisis data..... | 51 |
| 3.5.2 Cara Kerja PLS..... | 52 |
| 3.5.3 Model Spesifikasi PLS..... | 53 |
| 3.5.4 Kegunaan PLS..... | 53 |
| 3.5.5 Langkah-Langkah PLS..... | 54 |
| 3.5.6 Asumsi PLS..... | 61 |
| 3.5.7 Ukuran PLS..... | 61 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | |
| 4.1 Deskripsi Objek Penelitian..... | 62 |
| 4.1.1 Profil Sakinah Supermarket Surabaya..... | 62 |
| 4.1.2 Visi dan Misi Sakinah Supermarket Surabaya..... | 64 |
| 4.2 Deskripsi Hasil Penelitian | 64 |
| 4.2.1 Analisis Karakteristik Responden..... | 64 |
| 4.3 Deskripsi Variabel..... | 67 |
| 4.4.2 Interpretasi Hasil PLS..... | 80 |
| 4.4.2.1 Pengujian Model Pengukuran (Outer Model)..... | 80 |
| 4.4.2.2 Analisis Model PLS..... | 86 |

| | |
|--|----|
| 4.4.2.3 Evaluasi Pengujian Stural Model (Inner Model)..... | 87 |
| 4.4.2.4 Inner Model (Pengujian Model Struktural)..... | 88 |
| 4.5 Pembahasan..... | 90 |
| 4.5.1 Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian..... | 90 |
| 4.5.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian..... | 91 |

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

| | |
|---------------------|----|
| 5.1 Kesimpulan..... | 94 |
| 5.2 Saran..... | 95 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|--|----------------|
| Tabel 1.1 Data Top Brand Index..... | 6 |
| Tabel 1.2 Data Penjualan (Mizone Di Sakinah Supermarket Surabaya)..... | 11 |
| Tabel 4.1 Presentase dan jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 65 |
| Tabel 4.2 Presentase dan jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 66 |
| Tabel 4.3 Frekuensi jawaban responden mengenai Diferensiasi Produk (X1)..... | 67 |
| Tabel 4.4 Frekuensi jawaban responden mengenai Citra Merek(X2)..... | 73 |
| Tabel 4.5 Frekuensi jawaban responden mengenai Keputusan Pembelian (Y)..... | 76 |
| Tabel 4.6 Outlier Data..... | 79 |
| Tabel 4.7 Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values)..... | 81 |
| Tabel 4.8 Average variance extracted (AVE)..... | 84 |
| Tabel 4.9 <i>Composite Reliability</i> | 85 |
| Tabel 4.10 R Square..... | 87 |
| Tabel 4.11 Inner Wight (Table Path Coefficients)..... | 89 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|--|----------------|
| Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian..... | 31 |
| Gambar 2.2 Kerangka Konseptual..... | 40 |
| Gambar 3.1 Langkah-langkah Analisis PLS..... | 54 |
| Gambar 3.2 Model Konstruksi Diagram Jalur..... | 56 |
| Gambar 4.1 Model PLS..... | 86 |

ABSTRAK

PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIZONE DI SAKINAH SUPERMARKET SURABAYA

ANTON FEBRIONO

Manajemen, Ekonomi & Bisnis, UPN “Veteran” Jawa Timur

Febrionoanton@gmail.com

Perkembangan bisnis yang saat ini semakin pesat serta iklim di Indonesia yang tropis menjadi salah satu penyebab masyarakat banyak mengonsumsi air minum, termasuk memutuskan untuk membeli minuman ringan dalam kemasan. Saat ini pola konsumsi masyarakat banyak berubah, minuman cepat saji semakin digemari sebagai pengganti air mineral yaitu minuman isotonik. Keputusan pembelian merupakan tahapan yang dilakukan konsumen sebelum melakukan pembelian. Oleh karena itu adanya penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Diferensiasi produk dan Citra merek terhadap keputusan pembelian di Sakinah Supermarket Surabaya.

Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh konsumen mizone di sakinah supermarket Surabaya. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Konsumen yang pernah membeli dan mengonsumsi Mizone di Sakinah Supermarket Surabaya yang telah berusia diatas 17 tahun keatas dengan responden sebanyak 60 orang. Teknik analisa yang digunakan adalah *partial least square(PLS)*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*.

Hasil dari penelitian ini bahwa Diferensiasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Diferensiasi Produk, Citra Merek, dan Keputusan Pembelian