

**PENGARUH IKLAN, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DI PT AQUA GOLDEN
MISSISSIPPI Tbk
(Studi pada PT. AQUA GOLDEN MISSISSIPPI)**

SKRIPSI



Nama : Miftah Ainun Hari Anto

NIM : 43118210072

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**

2022

**PENGARUH IKLAN, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DI PT AQUA GOLDEN
MISSISSIPPI Tbk
(Studi pada PT. AQUA GOLDEN MISSISSIPPI)**

**Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



Nama : Miftah Ainun Hari Anto

NIM : 43118210072

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**

2022

SKRIPSI

PENGARUH IKLAN, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DI PT AQUA GOLDEN MISSISSIPPI Tbk (Studi pada PT. AQUA GOLDEN MISSISSIPPI)

Oleh:

Miftah Ainun Hari Anto

NIM: 43118210072

Disetujui untuk Ujian Akhir Skripsi
Pada tanggal:

10 Agustus 2022

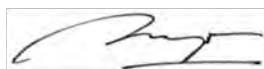
Andriansyah Bachtillah Puma, SE., MM Pembimbing (.....)

Sari Puspitarini, SE, MM Dosen Tugas Akhir (.....)

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana



Dr. Ir. H. Sonny Indrajaya, MM

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Miftah Ainun Hari Anto
NIM : 43118210072
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH IKLAN, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DI
PT AQUA GOLDEN MISSISSIPPI Tbk
Tanggal Sidang : 10 Agustus 2022

Disahkan oleh :

Pembimbing



Andriansyah Bachtillah Putra, SE., MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.

Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA 08221465



Please Scan QRCode to Verify

SURAT PERTANYAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Miftah Ainun Hari Anto

NIM : 43118210072

Program Studi : SI Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain. maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Bekasi, 2 Juli 2022



Miftah Ainun Hari Anto

43118210072

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah S.W.T atas berkah dan anugrah-Nya, Peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“PENGARUH IKLAN, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DI PT AQUA GOLDEN MISSISSIPPI Tbk”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk mengikuti sidang skripsi pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana. Peneliti menyadari dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, dan banyak kekurangan baik dalam metode penulisan maupun pembahasan materi. Hal tersebut dikarenakan keterbatasan kemampuan penulis.

Dalam penulisan skripsi ini peneliti selalu mendapatkan bimbingan, dorongan, serta semangat dari banyak pihak. Oleh karena itu peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar - besarnya khususnya Bapak Andriansyah Bachtillah Putra, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat - nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis, selain itu penulis juga ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Harwikarya, M.T. selaku PLT Rektor Universitas Mercu Buana Jakarta.
2. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE., M. Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, MM, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

4. Bapak Eri Marlapa, SE, MM, selaku Sekretaris Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Kranggan.
5. Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami. Semoga di hadapan Allah SWT menjadi amal jariyah Bapak/Ibu. Aamiin.
6. Seluruh Karyawan PT. AQUA GOLDEN MISSISSIPPI dengan konsumen yang telah bersedia menjadi responden pada penelitian ini.
7. Teristimewa, kedua orang tua tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 2 Juli 2022

Miftah Ainun Hari Anto

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
HALAMAN KATA PENGANTAR	viii
HALAMAN DAFTAR ISI	x
HALAMAN DAFTAR TABEL	xiii
HALAMAN DAFTAR GAMBAR	xiv
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	7
C. Tujuan penelitian	7
D. Kontribusi Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA KONSEPTUAL, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	9
A. Kajian Teoritis	9
1. Pengertian Manajemen Pemasaran	9
2. Keputusan Pembelian	11
3. Iklan	15
4. Kualitas produk.....	16
5. Harga.....	21
6. Penelitian Terdahulu	23
B. Rerangka Konseptual	27
C. Pengembangan Hipotesis	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	31
B. Desain Penelitian	31
C. Definisi dan Operasional Variabel	31
1. Definisi Variabel.....	31
a. Variabel Terikat (Dependent Variabel)	31
b. Variabel Bebas (Independent Variabel)	32

2. Operasional Variabel	32
D. Skala Pengukuran	34
E. Populasi dan Sampel Penelitian	35
1. Populasi.....	35
2. Sampel Penelitian	35
F. Metode Pengumpulan Data	37
G. Metode Analisis Data.....	37
1. Analisis Statistik Deskriptif.....	37
2. Uji Instrumen	37
a. Uji Validitas	37
b. Uji Reliabilitas.....	39
3. Uji Asumsi Klasik.....	39
a. Uji Normalitas	39
b. Uji Multikolenieritas.....	40
c. Uji Heterokedastisitas	40
d. Uji Linieritas	41
4. Uji Kesesuaian Model.....	41
a. Koefisien Determinasi (R^2)	41
b. Uji F Analysis of Varian (ANOVA).....	42
5. Uji Analisis Linear Berganda	42
6. Uji Hipotesis (Uji t)	43
a. Uji Parsial (Uji t)	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	44
1. Sejarah PT. Aqua Golden Mississippi, Tbk.....	44
2. Visi dan Misi Perusahaan	45
3. Deskripsi Responden	45
B. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	48
1. Deskripsi jawaban responden pada variabel Keputusan Pembelian	48
2. Deskripsi jawaban responden pada variabel Iklan.....	49
3. Deskripsi jawaban reponden pada variabel Kualitas Produk.....	50
4. Deskripsi jawaban responden pada variable Harga	51
C. Hasil Uji Kualitas Data.....	51
1. Uji Validitas	51
2. Uji Reliabilitas	55

D. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	56
1. Uji Normalitas.....	56
2. Uji Multikolinieritas	57
3. Uji Heteroskedastisitas	57
4. Uji Linearitas	59
E. Hasil Uji Hipotesis	60
1. Hasil Uji Kesesuaian Model.....	60
2. Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	62
3. Uji Signifikasi Parsial (Uji Statistik T).....	63
F. Pembahasan Hasil Penelitian	64
1. Pengaruh iklan terhadap Keputusan Pembelian.....	64
2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	64
3. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	65
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	66
A. Kesimpulan.....	66
B. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN.....	71

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1. 1	Data Top Brand Index Tahun 2019 di Indonesia	2
1. 2	Penjualan Aqua Pada Tahun 2018-2020	4
1. 3	Data Presurvey Variabel	6
2. 1	Jurnal Penelitian Sebelumnya	24
3. 1	Operasional Variabel Iklan	32
3. 2	Operasional Variabel Kualitas Produk	33
3. 3	Operasional Variabel Harga	33
3. 4	Operasional Variabel Keputusan Pembelian	34
3. 5	Pengukuran Skala Likert	35
4. 1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
4. 2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	46
4. 3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	47
4. 4	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	48
4. 5	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Iklan	49
4. 6	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk	50
4. 7	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Harga	51
4. 8	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	52
4. 9	Hasil Uji Validitas IKLAN	53
4. 10	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	53
4. 11	Hasil Uji Validitas Harga	54
4. 12	Hasil Uji Reliabilitas	55
4. 13	Hasil Uji Normalitas	56
4. 14	Hasil Uji Multikolinearitas	57
4. 15	Hasil Uji Multikolinearitas	58
4. 16	Hasil Uji Linearitas Keputusan Pembelian & Iklan	59
4. 17	Hasil Uji Linearitas Keputusan Pembelian & Kualitas Produk	59
4. 18	Hasil Uji Linearitas Keputusan Pembelian & Harga	59
4. 19	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	60
4. 20	Hasil Uji F analysis of varian (ANOVA)	61
4. 21	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	62
4. 22	Hasil Uji Signifikasi Parsial (Uji T)	63

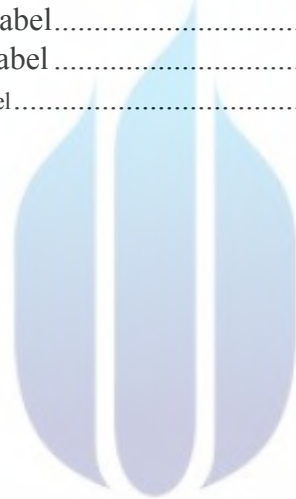
DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2. 1	Kerangka Konseptual.....	29



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian	92
2	Hasil Kuesioner Penelitian.....	97
3	Hasil Uji Deskriptif Jawaban Responden	107
4	Hasil Uji Validitas.....	108
5	Hasil Uji Reliabilitas.....	112
6	Hasil Uji Asumsi Klasik	112
7	Hasil Uji Kesesuaian Model	114
8	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji t.....	115
9	Data R tabel.....	115
10	Data F tabel	117
11	Data T tabel.....	117



UNIVERSITAS
MERCU BUANA