

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN
IKLAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK
TEH BOTOL SOSRO**

SKRIPSI

**Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi**

Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Nama : Mochamad Fikri Octavian

NIM : 43117010153

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

JAKARTA

2021

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN
IKLAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK
TEH BOTOL SOSRO**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Nama : Mochamad Fikri Octavian
NIM : 43117010153

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

2021

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mochamad Fikri Octavian
NIM : 43117010153
Program Studi : S1 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 (penjiplak).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 31 Juli 2021



Mochamad Fikri Octavian

NIM : 43117010153

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Mochamad Fikri Octavian
NIM : 43117010153
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN IKLAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK TEH BOTOL SOSRO
Tanggal Sidang : 6 Oktober 2021

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LPTA 10210654



Please Scan QRCode to Verify

ABSTRACT

This research aims to identify the influence of Price Perception, Product Quality, and Advertisement on Consumer Buying Interest in Teh Botol Sosro product. The independent variables obtained from the preliminary survey results are price perception, product quality, and advertisement. While the dependent variable obtained is consumer buying interest. The population used in this study was the people who lived in the area of West Jakarta. The sample used in this study was 190 respondents. The sampling technique uses convenience sampling. By using a quantitative descriptive approach. Therefore, the data analysis used is statistical analysis in the form of SEM-PLS. The results of this study indicate that price perception has a significant positive effect on consumer buying interest, product quality has a significant positive effect on consumer buying interest, and advertisement have a significant positive effect on consumer buying interest.

Keywords: Price Perception, Product Quality, Advertisement, Consumer Buying Interest.



ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Iklan terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Teh Botol Sosro. Variabel independen yang didapatkan dari hasil survei pendahuluan adalah persepsi harga, kualitas produk, dan iklan. Sedangkan variabel dependen yang didapatkan adalah minat beli. Populasi yang digunakan adalah penduduk di wilayah Jakarta Barat. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 190 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling*. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk SEM-PLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli konsumen, kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli konsumen, serta iklan berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli konsumen.

Kata kunci : Persepsi Harga, Kualitas Produk, Iklan, Minat Beli Konsumen.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana di Universitas Mercu Buana Jakarta dengan judul **“Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Iklan terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Teh Botol Sosro”**.

Peneliti menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Dr. H. Sony Indrajaya, Ir., MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat yang tiada hentinya, motivasi, saran, serta waktu luang selama bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti demi terselesaikannya skripsi penelitian ini.

Selama proses penelitian dan penyusunan skripsi penelitian ini, peneliti banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik dari segi bimbingan, saran, maupun dorongan moril serta materil sehingga proposal penelitian ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti ucapkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah mencurahkan anugerah-Nya dan dengan segala kerendahan hati peneliti ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip, MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya Ir., MM. Selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Jajaran Program studi manajemen S1, Ibu Tine Yuliantini, S.Par., selaku Sekretaris I Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada peneliti.
6. Kedua orangtua tercinta Bapak Mahdi yang selalu memberikan dukungan dan Ibu Sari sebagai motivasi terbesar saya yang selalu memberikan doa, dorongan inspirasi dan pengertian yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik moril maupun materil.
7. Kakak tercinta Erik Setia Anggara yang telah memberikan motivasi yang tiada henti untuk penulis.
8. Syifa Narisya, Aldo Haryanto, Ega Saputra Praditya dan Muhammad Rizal yang selalu mendengarkan keluh kesah peneliti dan memberikan motivasi dalam mengerjakan proposal skripsi ini.
9. Teman seperjuangan dalam mengerjakan Metodologi Penelitian Aldo Haryanto, Angga Taruna Febriansyah, Ilham Abdillah, Odetta Firstly Nourma, Syifa Narisya, Puti Salsabila dan Filza Naufal Azkia yang selalu

membantu dan memotivasi peneliti dalam mengerjakan proposal skripsi ini.

10. Ka Humayra Hamdani, Bang Ryan Widiatama, Bang Yose Rizal, dan Bang Puja Devkan yang sudah memberikan motivasi serta arahan dari awal pembuatan proposal skripsi ini.
11. Teruntuk Keluarga Grapala yang sudah memberikan dukungan dan semangat tiada henti.
12. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB angkatan 2017 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.
13. Pihak-pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Dengan kerendahan hati, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karenanya, mohon saran yang membangun dari segenap pembaca, sehingga diharapkan demi perbaikan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga penelitian ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam penelitian ini.

Jakarta, 31 Juli 2021



Mochamad Fikri Octavian

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----------|
| COVER..... | i |
| SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI..... | iii |
| <i>ABSTRACT</i> | iv |
| ABSTRAK | v |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL..... | xi |
| DAFTAR GAMBAR..... | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 13 |
| C. Tujuan Penelitian | 13 |
| D. Kontribusi Penelitian | 14 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS..... | 15 |
| A. Kajian Pustaka | 15 |
| 1. Pemasaran..... | 15 |
| 2. Manajemen Pemasaran..... | 16 |
| 3. Minat Beli..... | 16 |
| 4. Persepsi Harga..... | 19 |
| 5. Kualitas Produk..... | 26 |
| 6. Iklan..... | 32 |
| 7. Penelitian Terdahulu | 38 |
| B. Pengembangan Hipotesis | 42 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 46 |
| A. Waktu dan Tempat Penelitian..... | 46 |
| B. Desain Penelitian | 46 |
| C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel..... | 47 |
| 1. Definisi Variabel | 47 |
| 2. Operasionalisasi Variabel..... | 49 |
| D. Skala Pengukuran Variabel..... | 51 |
| E. Populasi dan Sampel Penelitian | 52 |

| | |
|--|-----------|
| 1. Populasi Penelitian..... | 52 |
| 2. Sampel Penelitian..... | 53 |
| F. Jenis dan Data penelitian | 54 |
| G. Teknik Pengumpulan Data..... | 54 |
| 1. Kuisisioner | 54 |
| 2. Metode kuisisioner online..... | 55 |
| H. Metode Pengumpulan Data..... | 55 |
| I. Metode Analisis Data..... | 56 |
| 1. IBM SPSS <i>Statistic 23</i> | 57 |
| 2. Uji Instrumen | 58 |
| 3. Analisis Partial Least Square | 59 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN..... | 64 |
| A. Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 64 |
| B. Statistik Deskriptif..... | 65 |
| 1. Deskripsi Responden..... | 65 |
| 2. Deskripsi Variabel..... | 68 |
| C. Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS) | 72 |
| 1. Evaluasi Uji Model Pengukuran (Outer Model) | 72 |
| 2. Pengujian Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)..... | 80 |
| D. Pembahasan Hasil Penelitian | 83 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... | 88 |
| A. Kesimpulan | 88 |
| B. Saran | 89 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 91 |
| LAMPIRAN..... | 96 |

DAFTAR TABEL

| | | |
|-------------|---|----|
| Tabel 1. 1 | Daftar Produk Minuman Teh Dalam Kemasan..... | 4 |
| Tabel 1. 2 | <i>Top Brand Index</i> Teh Kemasan Siap Minum di Indonesia Tahun 2017 2020 | 6 |
| Tabel 1. 3 | Data Volume Penjualan Teh Botol Sosro Tahun 2015 - 2020..... | 7 |
| Tabel 1. 4 | Perbandingan Harga Minuman Teh Dalam Kemasan Ukuran 350ml Tahun 2020 | 8 |
| Tabel 1. 5 | Tabel Pra Survey..... | 11 |
| Tabel 2. 1 | Penelitian Terdahulu | 38 |
| Tabel 3. 1 | Definisi Operasional Variabel Penelitian..... | 49 |
| Tabel 3. 2 | Definisi Operasional Variabel Penelitian..... | 50 |
| Tabel 3. 3 | Definisi Operasional Variabel Penelitian..... | 50 |
| Tabel 3. 4 | Definisi Operasional Variabel Penelitian..... | 51 |
| Tabel 3. 5 | Instrument Skala Likert..... | 52 |
| Tabel 4. 1 | Jenis Kelamin Responden | 65 |
| Tabel 4. 2 | Usia Responden | 66 |
| Tabel 4. 3 | Tingkat Pendidikan Responden | 66 |
| Tabel 4. 4 | Pekerjaan Responden | 67 |
| Tabel 4. 5 | Deskripsi Jawaban Variabel Persepsi Harga (PH)..... | 68 |
| Tabel 4. 6 | Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk (KP) | 69 |
| Tabel 4. 7 | Deskripsi Jawaban Responden Variabel Iklan (IK)..... | 70 |
| Tabel 4. 8 | Deskripsi Jawaban Responden Variabel Minat Beli (MB)..... | 71 |
| Tabel 4. 9 | Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Sebelum Modifikasi)..... | 74 |
| Tabel 4. 10 | Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Setelah Modifikasi) | 75 |
| Tabel 4. 11 | Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)..... | 76 |
| Tabel 4. 12 | Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> (<i>Cross Loading</i>)..... | 77 |
| Tabel 4. 13 | Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)..... | 78 |
| Tabel 4. 14 | Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> (<i>Fornell Larcker Critetion</i>) | 78 |
| Tabel 4. 15 | Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> | 79 |
| Tabel 4. 16 | Hasil Uji Nilai R-Square (R ²) | 80 |
| Tabel 4. 17 | Hasil Pengujian Hipotesis | 82 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1. 1 Pertumbuhan Minuman Teh dalam Kemasan | 3 |
| Gambar 1. 2 Belanja Iklan Minuman Teh Kemasan Tahun 2020..... | 9 |
| Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran..... | 44 |
| Gambar 4. 1 Hasil Algoritma PLS (Sebelum Modifikasi)..... | 73 |
| Gambar 4. 2 Hasil Algoritma PLS (Setelah Modifikasi)..... | 75 |
| Gambar 4. 3 Hasil Uji Bootstrapping..... | 83 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---------------------------------------|-----|
| Lampiran 1 Kuesioner | 96 |
| Lampiran 2 Hasil Kuesioner | 100 |
| Lampiran 3 Hasil Output SPSS 23 | 104 |
| Lampiran 4 Hasil Output PLS | 108 |

