

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN
BERSODA MEREK FANTA**

SKRIPSI



Nama : Fanny Rahmalisa

NIM 43119010229

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN
BERSODA MEREK FANTA**

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



Nama : Fanny Rahmalisa

NIM 43119010229


PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Fanny Rahmalisa
NIM : 43119010229
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN BERSODA MEREK FANTA
Tanggal Sidang : 22 September 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Eko Tama Putra Saratian, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 10232961



Please Scan QRCode to Verify

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fanny Rahmalisa
NIM : 43119010229
Program Studi : S-1 Manajemen

Menyatakan bahwa proposal 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 menerima sanksi pembatalan proposal skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiarisme (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

MERCU BUANA

Jakarta, 10 Maret 2022



Fanny Rahmalisa
NIM. 43119010229

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur selalu terucap atas kehadiran Allahu Subhanahu Wata'ala, Tuhan semesta alam, Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-nya kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Bersoda Merek Fanta”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk dapat melanjutkan penelitian yang nantinya untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Dalam penelitian ini penulis menyadari bahwa adanya keterbatasan dan ketidaksempurnaan dalam penyusunan proposal skripsi ini baik dari segi isi maupun penyajian. Selesainya Proposal Skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan dan doa dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan banyak terimakasih khususnya kepada Bapak Eko Tama Putra Saratian, SE, MM selaku dosen Pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, motivasi, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti. Pada kesempatan kali ini, peneliti ingin menyampaikan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini, terutama kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M. Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Dr. Nurul Hidayah, M,Si, Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dudi Permana, MM, Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana
4. Dr. Rina Astini, MM selaku dosen Metodologi Penelitian yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, motivasi, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti
5. Suzan Bernadetha Stephani, SE, MM selaku dosen penasehat akademik yang selalu memotivasi penulis selama masa perkuliahan
6. Seluruh dosen dan Staff di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami. Semoga di hadapan Allah SWT menjadi amal jariah Bapak/Ibu, Aamiin.
7. Papa dan Mama tersayang yang selalu memberikan yang selalu memberikan kasih sayang dan cinta, doa, nasehat, serta motivasi dan perhatian yang tidak ternilai harganya baik dukungan moril dan meterial, penulis sangat bersyukur dan berterimakasih karena sudah menjadi support system terbaik penulis.
8. Amelia dan Helen Ayudia Sari selaku kakak sepupu yang selalu mensupport dan menyemangati dalam bentuk apapun kepada penulis

9. Tri Kurniawan selaku abang yang selalu mendengarkan keluh kesah penulis, selalu menyemangati penulis serta canda tawa yang membuat penulis bersemangat lagi, terimakasih atas doa dan dukungannya
10. Selvi Handayani, Devy Syafitri, Syiffa Nurul, Fanny Amelia Putri, Serli Puspitasari, Agung Sutiyoso, Septianto Nugroho selaku sahabat penulis yang senantiasa menemani hari-hari penulis dalam menyelesaikan Proposal Skripsi ini, Terimakasih atas sharing diskusi, semangat dan doa yang diberikan
11. Aditya Hermawan selaku kakak tingkat penulis yang selalu mendengar keluh kesah penulis, selalu membantu dan memberikan arahan untuk penulis dalam menyelesaikan Proposal Skripsi ini

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa Skripsi ini masih jauh dari kriteria skripsi yang sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman serta pengetahuan yang dimiliki penulis dalam membuat Skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya

Jakarta, 10 Maret 2022



Fanny Rahmalisa

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kontribusi Penelitian	8
BAB II	10
KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	10
A. Kajian Pustaka	10
1. Manajemen Pemasaran	10
2. Pemasaran	12
3. Keputusan Pembelian.....	15
4. Perilaku Konsumen.....	17
5. Kualitasn Produk	19
6. Citra Merek	22
7. Harga.....	26
8. Penelitian Terdahulu	28
B. Pengembangan Hipotesis.....	34
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	34
2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	35
3. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	35
C. Kerangka Pemikiran	36

BAB III.....	38
METODE PENELITIAN	38
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	38
B. Desain dan Jenis Penelitian	38
C. Definisi dan Operasional variabel.....	39
1. Definisi Variabel.....	39
2. Operasional Variabel	41
D. Skala Pengukuran Variabel.....	43
E. Populasi dan Sampel Penelitian	44
1. Populasi Penelitian.....	44
2. Sempel Penelitian	44
F. Metode Pengumpulan Data.....	45
G. Metode Analisis Data	46
1. Analisis Statistik Deskriptif	46
2. Metode Structural Equation Modeling- Partial Least Square (PLS)	46
BAB IV	53
HASIL DAN PENELITIAN.....	53
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	53
B. Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	54
1. Hasil Analisis Deskriptif Responden.....	54
2. Deskriptif Variabel	56
C. Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	61
1. Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	61
2. Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	69
f. Pembahasan Hasil Penelitian	75
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	75
2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	76
3. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	77
BAB V	78
KESIMPULAN DAN SARAN	78
A. Kesimpulan	78
B. Saran.....	79

DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN.....	84



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Top Brand Index.....	3
Tabel 1.2	Hasil Pra-Sursey	7
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1	Operasional Variabel	42
Tabel 3.2	Skor Berdasarkan Skala Likert.....	44
Tabel 4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia	55
Tabel 4. 3	Deskripsi Variabel Kualitas Produk	56
Tabel 4.4	Deskripsi Variabel Citra Merek	57
Tabel 4. 5	Deskripsi Variabel Harga.....	58
Tabel 4. 6	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	60
Tabel 4. 7	Hasil Algoritma PLS.....	63
Tabel 4. 8	Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	65
Tabel 4. 9	Nilai <i>Cross Loading</i> (Uji Validitas Deskriminan).....	68
Tabel 4.10	Nilai <i>Fornell-Larcker</i> (Uji Validitas Deskriminan)	66
Tabel 4.11	Hasil Uji <i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i> (HTMT)	67
Tabel 4. 12	Nilai <i>cronbach's alpha</i> dan <i>composite reliability</i>	69
Tabel 4.13	Nilai VIF	70
Tabel 4. 14	Nilai <i>R-Square</i>	71
Tabel 4. 15	Nilai <i>F-Square</i>	73
Tabel 4.16	Hasil Uji Nilai <i>Q-Square</i>	72
Tabel 4. 17	Hasil Uji Hipotesis	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.....	19
Gambar 2. 2	Kerangka Pemikiran.....	36
Gambar 4. 1	Hasil Algoritma PLS.....	63

