

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN IKLAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
PADA PRODUK TEH BOTOL SOSRO**

SKRIPSI



Nama : Rommy Sukmawinata

NIM : 43117010316

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

2023

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN IKLAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
PADA PRODUK TEH BOTOL SOSRO
(Studi Kasus Terhadap Mahasiswa di Jakarta Barat)**

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



Nama : Rommy Sukmawinata

NIM : 43117010316

**Program Studi Manajemen
FAKULTAS EKONOMI BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA**

2023

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rommy Sukmawinata
Nim : 43117010316
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 tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, Agustus 2023



Rommy Sukmawinata

Nim: 43117010316

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Rommy Sukmawinata
NIM : 43117010316
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Teh Botol Sosro
Tanggal Sidang : 23 Agustus 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Febrina Mahliza, S.E., M.Si

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 09232810



Please Scan QRCode to Verify

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh keputusan pembelian produk teh botol sosro yang belum optimal hal ini dibuktikan oleh rendahnya kualitas produk dari teh botol sosro, harga yang ditawarkan belum bisa bersaing, dan iklan yang kurang menarik konsumen untuk membeli. Tujuan pada penelitian ini antara lain (1) Untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian padaproduk teh botol sosro (2) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian pada produk teh botol sosro (3) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh iklan terhadap keputusan pembelian pada produk teh botol sosro. Metode pengumpulan data pada penelitian ini yaitu dengan penyebaran kuesioner secara *online* melalui *Google Form*. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa dari berbagai jurusan di Universitas Mercu Buana Jakarta. Dalam penelitian ini terdapat 47 indikator, maka ukuran sampel yang dibutuhkan sejumlah 100 sampel. Metode analisis data yang digunakan yaitu *Partial Least Square*. Penelitian ini membuktikan bahwa 1) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, 2) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, 3) Iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. PT Sinar Sosro dalam memenuhi kebutuhan, keinginan, atau potensi penjualan dari target penjualan dapat meningkatkan keputusan pembelian produk teh botol sosro.

Kata Kunci: Kualitas produk, Harga, Iklan, dan Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

The background of this research is the purchase decision for the Sosro Botol tea product which is not optimal, this is evidenced by the low quality of the Sosro Botol product, the price offered is not competitive, and advertisements that are less attractive to consumers to buy. The objectives of this study include (1) To test the effect of product quality on purchasing decisions on Sosro Botol tea products

(2) To determine and analyze the effect of price perceptions on purchasing decisions on Sosro Botol tea products (3) To determine and analyze the effect of advertising on purchasing decisions on sosro bottled tea products.. The method of collecting data in this study is by distributing questionnaires online through the Google Form. The population in this study were students from various departments at Mercu Buana University, Jakarta. In this study there were 47 indicators, so the required sample size was 100 samples. The data analysis method used is Partial Least Square. This study proves that 1) Product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, 2) Price has a positive and significant effect on purchasing decisions, 3) Advertising has a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Product quality, Price, Advertising, and Purchase Decision



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat di dalam memperoleh gelar sarjana di Universitas Mercu Buana Jakarta dengan judul yang dipilih penulis adalah **“Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Teh Botol Sosro.**

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih kepada Ibu Febrina Mahliza SE, M.Si., sebagai dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Skripsi ini dari awal hingga Skripsi ini dapat diselesaikan. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr, Andi Adriansyah, M.Eng. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
3. Ibu Dr. Sri Marti Pramudena, SE, MM, selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dudi Permana, Ph.D. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana

5. Ibu Dr. Sri Marti Pramudena, SE, MM, selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
6. Jajaran Program Studi Manajemen S1, Bapak Eri Marlapa, SE, MM. selaku Sekretaris Prodi S1 Manajemen.
7. Kedua Orang Tua tercinta yang selalu memberikan dukungan moril dan materil, yang selalu mendoakan saya serta selalu memotivasi saya untuk mengerjakan proposal ini.
8. Seluruh teman – teman Manajemen S1 angkatan 2017 terima kasih atas segala dukungan dan doa.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki peneliti. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang bersifat membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan peneliti selanjutnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, Agustus 2023

Rommy Sukmawinata

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian	13
D. Kontribusi Penelitian.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	15
A. Kajian Pustaka	15
b. Dimensi Keputusan Pembelian.....	15
c. Indikator Keputusan Pembelian.....	17
2. Kualitas Produk	18
b. Dimensi dan Indikator Kualitas Produk.....	19
3. Harga	21
b. Dimensi dan Indikator Harga.....	21
c. Fungsi Harga.....	22
d. Tujuan Penetapan Harga.....	24
4. Iklan.....	25
b. Fungsi Iklan	26
c. Tujuan Iklan.....	27
d. Sifat Iklan.....	28
5. Penelitian Terdahulu.....	29
B. Hubungan antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis	33

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	33
Kualitas Produk memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.....	34
2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	35
H2 : Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. ...	36
3. Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian	36
H3 : Iklan memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.....	36
C. Kerangka Pemikiran.....	36
D. Hipotesis	38
BAB III METODELOGI PENELITIAN	39
A. Waktu dan Tempat Penelitian	39
B. Desain Penelitian.....	39
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	40
D. Skala Pengukuran.....	42
E. Populasi Dan Sampel Penelitian	43
1. Populasi	43
2. Sampel Penelitian	43
F. Metode Penelitian	44
G. Metode Analisis Data.....	45
1. Analisis Deskriptif.....	45
2. <i>Partial Least Square</i>	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	48
A. Gambaran Umum Proyek Penelitian.....	48
a. Visi Dan Misi PT Sinar Sosro	52
b. Logo PT Sinar Sosro.....	53
2. Statistik Deskriptif.....	54
1. Statistik Deskriptif.....	56
C. Pembahasan.....	72
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	72
2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	73
3. Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian	74

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	75
A. Kesimpulan	75
B. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN.....	78



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Produksi & Ekspor Indonesia.....	2
Tabel 1.2. Daftar Produk Minuman Teh Dalam Kemasan.....	5
Tabel 1.3. <i>Top Brand Index</i> Teh Kemasan Siap Minum di Indonesia	7
Tabel 1.4. Tabel Pra Survey	10
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel.....	43
Tabel 3.2. Instrument Skala Ordinal	44
Tabel 4.1. Jumlah Pabrik PT Sinar Sosro	52
Tabel 4.2. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
Tabel 4.3. Data Responden Berdasarkan Usia	58
Tabel 4.4. Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	58
Tabel 4.5. Statistik Deskriptif Kualitas Produk (X1)	59
Tabel 4.6. Statistik Deskriptif Harga (X2)	61
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif Iklan (X3).....	62
Tabel 4.8. Statistik Keputusan Pembelian (Y)	63
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas.....	65
Tabel 4.10 Average Variance Extracted (AVE).....	67
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Diskriminan.....	68
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	69
Tabel 4.13 Koefisien Determinasi (R^2).....	70
Tabel 4.14 Q-square	71
Tabel 4.15 Hipotesis.....	73

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Pertumbuhan Minuman Teh dalam Kemasan	4
Gambar 2.2. Kerangka konseptual	33
Gambar 4.1. Logo PT Sinar Sosro	55
Gambar 4.2. Uji Validitas	65
Gambar 4.2. Bootstrapping	72



DAFTAR LAMPIRAN

1. Lembaran Kuesioner Pra Survei80

2. Lembaran Kuesioner Penelitian83

3. Hasil Deskripsi Responden91

4. Tabulasi Responden 92

5. Hasil Deskripsi Variabel 121

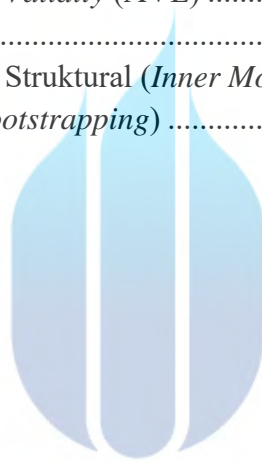
6. Hasil Pengujian Model Pengukuran (*Outer Model*) 122

7. Hasil Uji *Discriminant Validity* (AVE)124

8. Composite Reability.....125

9. Hasil Pengujian Model Struktural (*Inner Model*)126

10. Hasil Uji Hipotesis (*Bootstrapping*)127



UNIVERSITAS
MERCU BUANA