

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ES
KRIM COLD MOO DKI JAKARTA**

SKRIPSI



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
TERAKREDITASI-A

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Nama : Fitri Sahara

Nim : 43122110153

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ES
KRIM COLD MOO DKI JAKARTA**

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



Nama : Fitri Sahara

Nim : 43122110153

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

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fitri Sahara

Nim : 43122110153

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini 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.

Jakarta, 01 Juli 2024



Fitri Sahara
Nim 4312211015

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Fitri Sahara
NIM : 43122110153
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Es Krim Cold Moo DKI Jakarta
Tanggal Sidang : 26 Agustus 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Shinta Rahmani, 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



Please Scan QRCode to [Verify](#)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Es Krim Cold Moo. Responden pada penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah membeli es krim cold moo. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner yang akan disebarakan kepada 110 responden. Analisis data yang digunakan adalah statistik dalam bentuk *SEM-PLS*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dan Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Citra Merek tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Keputusan Pembelian, Cold Moo.



ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Product Quality, Service Quality and Brand Image on purchasing decisions for Cold Moo Ice Cream. The respondents in this study are consumers who have previously purchased Cold Moo ice cream. Data collection for this research will be conducted using a questionnaire distributed to 110 respondents. The data analysis employed in this study is statistical, in the form of Structural Equation Modeling with Partial Least Squares (SEM-PLS). The results of this study show that Product Quality has a positive and significant effect on Purchase Decision and Price Perception has a positive and significant effect on Purchase Decision. Brand Image does not have a significant effect on Purchase Decision.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Brand Image, purchasing Decisions, Cold Moo.



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT karena atas rahmat dan karunia yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *“Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Es Krim Cold Moo DKI Jakarta”*.

Penulisan skripsi ini disusun untuk melengkapi tugas akhir dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta. Dalam penulisan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak dalam menyelesaikan penulisan ini, dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih atas segala bantuan, bimbingan dan dukungan yang telah diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dr. Shinta Rahmani, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah sabar membimbing, mengarahkan, memberikan semangat yang tiada hentinya dan saran-saran beserta motivasi kepada penulis sehingga skripsi ini dapat tersusun dan semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M. Si., Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Bapak Dudi Permana, MM, Ph.D selaku Ketua Program Studi manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Terima kasih kepada kedua Orang Tua saya tercinta dengan kasih sayang yang tak terhingga dan support yang tiada henti dalam memberikan do'a dan motivasi yang telah diberikan selama ini.

5. Terima Kasih kepada dosen-dosen Pengajar dan juga Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang sangat baik dalam memberikan pengetahuan dan membantu melayani para mahasiswa.
6. Seluruh Teman-teman Manajemen S1 FEB Universitas Mercu Buana angkatan 2022 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan seluruh impian kita.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 01 Juli 2024



(Fitri Sahara)

NIM: 43122110153

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan masalah	14
C. Tujuan dan kontribusi penelitian.....	15
1. Tujuan Penelitian.....	15
2. Kontribusi penelitian	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	16
A. Kajian Pustaka	16
1. Manajemen Pemasaran.....	16
2. Perilaku konsumen	20
3. Keputusan Pembelian	21
5. Persepsi harga.....	31
6. Citra Merek.....	35
B. Penelitian Terdahulu	39
C. Hubungan Antar Variabel	46
D. Kerangka konseptual.....	48
BAB III METODE PENELITIAN	51
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	51
B. Design Penelitian	51

C. Definisi dan Operasional Variabel	52
1. Definisi Variabel	52
2. Definisi Operasional Variabel	54
D. Skala Pengukuran Variabel.....	56
E. Populasi dan Sampel Penelitian	56
1. Populasi	56
2. Sampel Penelitian	57
F. Teknik Pengumpulan Data	58
G. Metode Analisis	59
1. Evaluasi Measurement Model (Outer Model).....	60
2. Model Struktural atau Uji Hipotesis (Inner Model)	61
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	64
A. Analisis Deskriptif	64
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	64
2. Deskripsi Responden	65
3. Deskripsi Variabel Jawaban Responden	69
B. Analisis <i>Partial Least Square</i>	72
1. Hasil Pengujian Model Pengukuran Evaluasi (<i>Outer Model</i>).....	72
2. Pengujian <i>model structural</i> /uji hipotesis (<i>Inner Model</i>)	78
C. Pembahasan Hasil Penelitian	84
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	89
1. Simpulan	89
2. Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN.....	98

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar Harga Jual di Bisnis Es krim.....	6
Tabel 1. 2 Daftar Gerai Bisnis Es Krim	9
Tabel 1. 3 Pra Survey Es Krim Cold Moo	13
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	39
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	56
Tabel 3.2 Instrumen Skala Likert.....	58
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	67
Tabel 4.2 Usia	68
Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir	68
Tabel 4.4 Pekerjaan.....	69
Tabel 4.5 Pendapatan Perbulan	70
Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk	71
Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Persepsi Harga.....	72
Tabel 4.8 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Citra Merek	72
Tabel 4.9 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	73
Tabel 4.10 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	75
Tabel 4.11 Hasil pengujian Average Variance Extracted (AVE)	76
Tabel 4.12 Uji <i>Discriminant Validity</i> (Cross Loading)	77
Tabel 4.13 Uji <i>Discriminant Validity</i> (Fornell Lacker)	79
Tabel 4.14 Hasil pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's alpha</i>	80
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Multikolinearitas (<i>Variance Inflation Factor</i>).....	81
Tabel 4.16 Nilai R^2 Variabel Endogen.....	82
Tabel 4.17 Hasil <i>Prediction Relevance (Q2)</i>	83
Tabel 4.18 Hasil Pengujian f^2 <i>Effect Size</i>	83
Tabel 4.19 Hasil pengujian Hipotesis	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Provinsi dengan Usaha Kuliner Terbanyak di Indonesia.....	2
Gambar 1. 2 Grafik Nilai Penjualan Es Krim di Indonesia Tahun (2017 -2021) ..	4
Gambar 2. 1 Kerangka konseptual	49
Gambar 4.1 Hasil Algorithm PLS.....	76
Gambar 4.2 Hasil <i>Boostrapping</i>	86



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Online.....	99
Lampiran 2 : Data Jawaban Responden	103
Lampiran 3 : Pernyataan Similarity Check dan Hasil Analisa Turnitin	105

