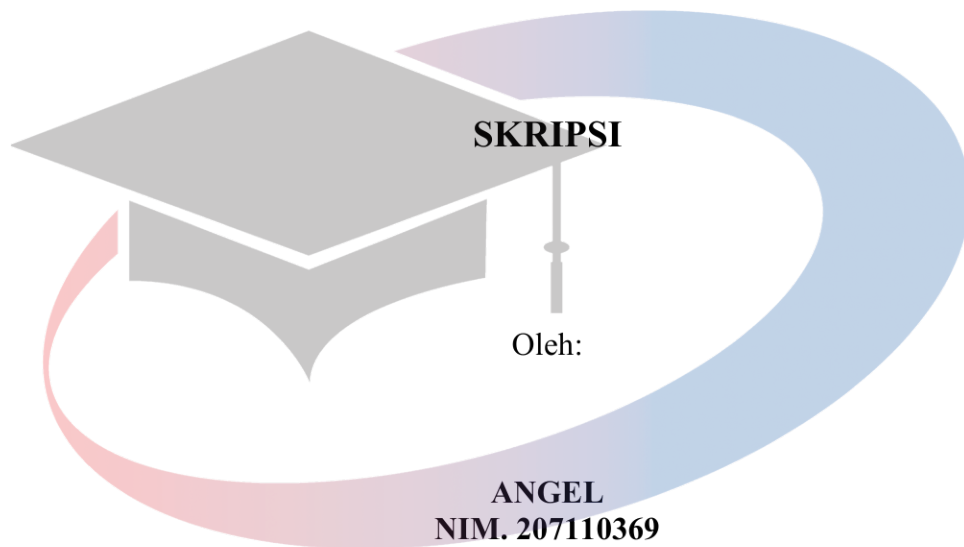
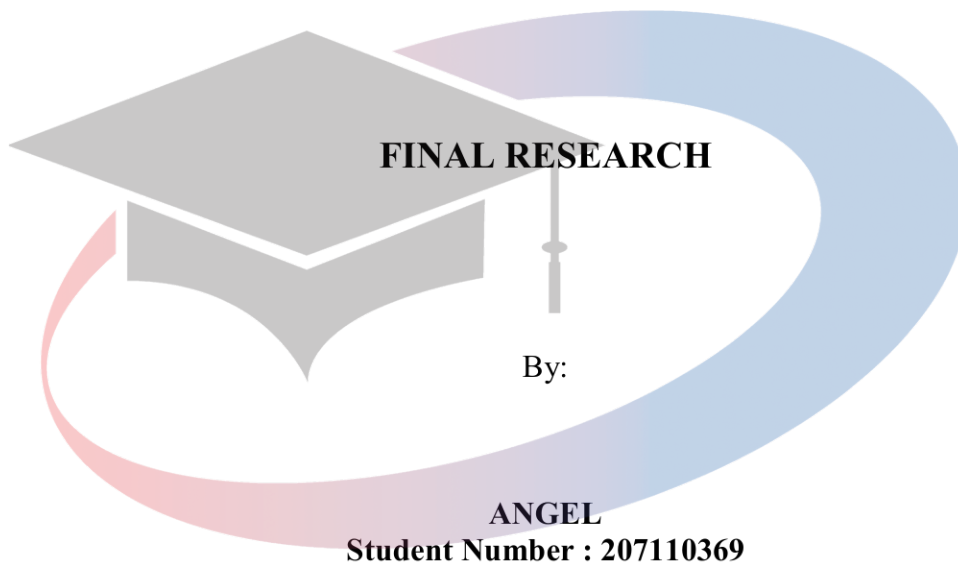


**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI,
HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN AIR MINERAL *NESTLÉ PURE LIFE* PADA
MAHASISWA PRODI AKUNTANSI UNIVERSITAS
PRIMA INDONESIA (UNPRI) MEDAN**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MIKROSKIL
MEDAN
2024**

**ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY,
PROMOTION, PRICE AND BRAND IMAGE ON PURCHASING
DECISIONS FOR *NESTLÉ PURE LIFE* MINERAL WATER
PRODUCTS AMONG ACCOUNTING STUDY PROGRAM
STUDENTS AT PRIMA INDONESIA
UNIVERSITY (UNPRI)
IN MEDAN**



**UNDERGRADUATE PROGRAM OF MANAGEMENT
SCHOOL OF BUSINESS
UNIVERSITAS MIKROSKIL
MEDAN
2024**

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI,
HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN AIR MINERAL *NESTLÉ PURE LIFE* PADA
MAHASISWA PRODI AKUNTANSI UNIVERSITAS
PRIMA INDONESIA (UNPRI) MEDAN

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu
Program Studi Manajemen

Oleh :

ANGEL
NIM. 207110369

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing I,



(Ir. Mbayak Ginting S.Kom., M.M.)

Dosen Pembimbing II,



(Purnaya Sari Tarigan, S.E., M.Si)

Medan, 7 Februari 2024
Diketahui dan Disahkan Oleh :

Ketua Program Studi,
Manajemen


UNIVERSITAS
MIKROSKIL

(Suci Pertiwi, S.E., M.Si.)

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen Universitas Mikroskil Medan dengan identitas mahasiswa sebagai berikut :

NIM : 207110369

Nama : Angel

Saya telah melaksanakan Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut :

Judul Tugas Akhir : Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Mineral *Nestlé Pure Life* pada Mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Prima Indonesia (UNPRI) Medan

Tempat Penelitian : Universitas Prima Indonesia (UNPRI)

Alamat Penelitian : Jl. Sampul No.3, Sei Putih Bar., Kec. Medan Petisah, Kota Medan, Sumatera Utara

No. Telp : 061-4532820

Sehubungan dengan Tugas akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan belum dipublikasikan oleh siapapun sebelumnya**. Bila dikemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuat) atau sudah pernah dipublikasikan oleh pihak lain, maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh Universitas Mikroskil Medan yakni **Pencabutan Ijazah yang telah saya terima dan Ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.**

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas Tugas Akhir saya. Dengan hak ini, Universitas Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian isi Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel atau buku.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, 7 Februari 2024

Saya yang membuat pernyataan,



Angel

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral *Nestlé Pure Life* pada Mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Prima Indonesia (UNPRI) Medan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Accidental Sampling* dengan penyebaran kuesioner secara *online* menggunakan google form terhadap 100 sampel yaitu Mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Prima Indonesia (UNPRI) Medan yang mengonsumsi air mineral *Nestlé Pure Life*. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan Kualitas Produk dan Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, sedangkan Promosi dan Citra Merek berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Secara simultan menunjukkan Kualitas Produk, Promosi, Harga dan Citra Merek berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil koefisien determinan (*Adjusted R Square*) diperoleh sebesar 53% dan sisanya sebesar 47% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Kualitas Produk, Promosi, Harga, Citra Merek, Keputusan Pembelian*

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

ABSTRACT

This research aims to determine and analyze the influence of Product Quality, Promotion, Price and Brand Image on Purchasing Decisions for Nestlé Pure Life Mineral Water Products among Accounting Study Program Students at Prima Indonesia University (UNPRI) in Medan. The sampling technique in this research used Accidental Sampling by distributing questionnaires online using Google Form on 100 samples which are all consumers of Nestlé Pure Life Mineral Water. Data analysis method used in this research is multiple linear regression analysis. As a result shows, partially Product Quality and Price has no significant effect on Purchasing Decisions while Promotion and Brand Image have a significant effect on Purchasing Decisions. Simultaneously shows Product Quality, Promotion, Price and Brand Image have a significant effect on Purchasing Decisions. The coefficient of determination (Adjusted R Square) value obtained is 53% and the remaining 47% is influenced by other factors not examined in this research.

Keywords : *Product Quality, Promotion, Price, Brand Image, Purchase Decisions*



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Mineral *Nestlé Pure Life* pada Mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Prima Indonesia (UNPRI) Medan” yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan Program Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat terselesaikan karena adanya dukungan, bimbingan, doa, penyemangat, bantuan serta arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Ir. Mbayak Ginting S.Kom., M.M., Selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu, memberikan bimbingan dan arahan yang sangat berharga dan berguna dalam menempuh studi maupun selama penyusunan skripsi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Ibu Purnaya Sari Tarigan, S.E., M.Si, Selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, memberikan bimbingan dan arahan yang sangat berharga dan berguna dalam menempuh studi maupun selama penyusunan skripsi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Bapak Hardy, S.Kom., M.Sc., Ph.D., Selaku Rektor Universitas Mikroskil Medan.
4. Ibu Agustina, S.Kom., M.Si., Selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan.
5. Ibu Suci Pertiwi, S.E., M.Si., Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil Medan.
6. Ibu Naca Perangin-Angin, S.M., M.Si., Selaku Dosen Wali yang selalu memberikan motivasi.
7. Seluruh Dosen Pengajar Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen dan Staff Universitas Mikroskil Medan yang telah mengajarkan penulis akan pengetahuan dan motivasi yang bermanfaat.
8. Orang tua penulis, Bapak Toni Aman dan Ibu Mei Yung yang telah membesarkan, mendidik serta selalu memberikan dukungan maupun doa tanpa henti bagi penulis.

Saudari penulis Selly dan Audyilia yang selalu memberikan motivasi dan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

9. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang berguna bagi penelitian dan bermanfaat bagi pengolahan data untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman penulis yang telah memberikan doa, motivasi, dukungan dan menjadi teman curhat ketika beban pikiran banyak dan stress menumpuk sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Pihak-pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung.
12. Penulis ingin mengucapkan terima kasih pada diri sendiri karena telah berjuang, berusaha, bertahan untuk tetap tegar dan menjaga kesehatan selama perjalanan menyusun skripsi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan, kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

UNIVERSITAS
Medan, 7 Februari 2024
Penulis
MIKROSKIL

Angel

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Ruang Lingkup.....	8
1.4. Tujuan Penelitian.....	9
1.5. Manfaat Penelitian.....	9
1.6. Originalitas Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Landasan Teori.....	11
2.1.1. Pengertian Pemasaran.....	11
2.1.2. Manajemen Pemasaran.....	12
2.1.3. Konsep Pemasaran.....	12
2.1.4. Bauran Pemasaran.....	14
2.1.5. Keputusan Pembelian.....	15
2.1.5.1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	15
2.1.5.2. Jenis Tingkah Laku Keputusan Pembelian Konsumen.....	15
2.1.5.3. Tahapan Keputusan Pembelian.....	16
2.1.5.4. Struktur Keputusan Pembelian.....	18
2.1.5.5. Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	19
2.1.5.6. Indikator Keputusan Pembelian.....	19
2.1.6. Kualitas Produk.....	20
2.1.6.1. Pengertian Kualitas Produk.....	20
2.1.6.2. Bauran Kualitas Produk.....	21

2.1.6.3. Tujuan Meningkatkan Kualitas Produk.....	21
2.1.6.4. Strategi Meningkatkan Kualitas Produk.....	22
2.1.6.5. Tahapan Meningkatkan Kualitas Produk	23
2.1.6.6. Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk	24
2.1.6.7. Indikator Kualitas Produk	25
2.1.7. Promosi.....	26
2.1.7.1. Pengertian Promosi.....	26
2.1.7.2. Bauran Promosi	27
2.1.7.3. Media Promosi	28
2.1.7.4. Tujuan Promosi	29
2.1.7.5. Strategi Promosi	30
2.1.7.6. Faktor Yang Mempengaruhi Promosi	30
2.1.7.7. Indikator Promosi	31
2.1.8. Harga	32
2.1.8.1. Pengertian Harga	32
2.1.8.2. Peranan Harga	33
2.1.8.3. Tujuan Penetapan Harga.....	33
2.1.8.4. Strategi Penetapan Harga	34
2.1.8.5. Faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga	35
2.1.8.6. Metode Penetapan Harga.....	37
2.1.8.7. Indikator Harga.....	38
2.1.9. Citra Merek.....	39
2.1.9.1. Pengertian Citra Merek.....	39
2.1.9.2. Komponen Citra Merek.....	39
2.1.9.3. Tujuan Citra Merek	40
2.1.9.4. Manfaat Citra Merek	41
2.1.9.5. Strategi Membangun Citra Merek	41
2.1.9.6. Faktor yang Mempengaruhi Citra Merek.....	42
2.1.9.7. Indikator Citra Merek.....	42
2.2. Review Penelitian Terdahulu	43
2.3. Kerangka Konseptual	48
2.4. Pengembangan Hipotesis	49

2.4.1. Pengaruh Variabel Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian <i>Nestlé Pure Life</i>	49
2.4.2. Pengaruh Variabel Promosi Terhadap Keputusan Pembelian <i>Nestlé Pure Life</i>	50
2.4.3. Pengaruh Variabel Harga Terhadap Keputusan Pembelian <i>Nestlé Pure Life</i>	51
2.4.4. Pengaruh Variabel Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian <i>Nestlé Pure Life</i>	51
2.4.5. Pengaruh Variabel Kualitas Produk, Promosi, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian <i>Nestlé Pure Life</i>	52
BAB III METODE PENELITIAN	53
3.1. Jenis Penelitian	53
3.2. Objek Penelitian	53
3.3. Metode Pemecahan Masalah	53
3.3.1. Penelitian Lapangan (Data Primer)	53
3.3.2. Studi Kepustakaan (Data Sekunder)	55
3.4. Populasi dan Sampel	55
3.4.1. Populasi	55
3.4.2. Sampel	56
3.5. Definisi Operasional Variabel	57
3.6. Metode Analisis Data	58
3.6.1. Analisis Statistik Deskriptif	58
3.6.2. Pengujian Kualitas Data	59
3.6.2.1. Uji Validitas	59
3.6.2.2. Uji Reliabilitas	59
3.6.3. Pengujian Asumsi Klasik	60
3.6.3.1. Uji Normalitas	60
3.6.3.2. Uji Multikolinearitas	61
3.6.3.3. Uji Heteroskedastisitas	61
3.6.4. Analisis Regresi Linear Berganda	62
3.6.5. Pengujian Hipotesis	62
3.6.5.1. Pengujian Secara Parsial (Uji t)	62
3.6.5.2. Pengujian Secara Simultan (Uji F)	63

3.6.5.3. Uji Koefisien Determinasi (R_2)	63
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	65
4.1. Hasil.....	65
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	65
4.1.1.1. Sejarah Perusahaan.....	65
4.1.1.2. Visi dan Misi	66
4.1.1.3. Perkembangan Pelanggan.....	66
4.1.2. Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner.....	67
4.1.3. Gambaran Umum Responden (Demografi)	68
4.1.4. Hasil Statistik Deskriptif	69
4.1.5. Hasil Uji Kualitas Data.....	70
4.1.5.1. Uji Validitas Data.....	70
4.1.5.2. Uji Reliabilitas.....	73
4.1.6. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	74
4.1.6.1. Uji Normalitas	74
4.1.6.2. Uji Multikolinearitas	76
4.1.6.3. Uji Heteroskedastisitas	77
4.1.7. Analisis Regresi Linear Berganda.....	78
4.1.8. Hasil Uji Hipotesis	79
4.1.8.1. Pengujian Secara Parsial (Uji t)	79
4.1.8.2. Pengujian Secara Simultan (Uji F)	80
4.1.8.3. Pengujian Koefisien Determinasi (R_2)	80
4.2. Pembahasan.....	81
4.2.1. Pengaruh Variabel Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian <i>Nestlé Pure Life</i>	81
4.2.2. Pengaruh Variabel Promosi Terhadap Keputusan Pembelian <i>Nestlé Pure Life</i>	83
4.2.3. Pengaruh Variabel Harga Terhadap Keputusan Pembelian <i>Nestlé Pure Life</i>	84
4.2.4. Pengaruh Variabel Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian <i>Nestlé Pure Life</i>	85
4.2.5. Pengaruh Variabel Kualitas Produk, Promosi, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian <i>Nestlé Pure Life</i>	87

BAB V PENUTUP	89
5.1. Kesimpulan.....	89
5.2. Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	96
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	134



UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Hasil Prasurvey Keputusan Pembelian.....	3
Gambar 1.2. Hasil Prasurvey Kualitas Produk.....	4
Gambar 1.3. Hasil Prasurvey Promosi	5
Gambar 1.4. Hasil Prasurvey Harga	6
Gambar 1.5. Hasil Prasurvey Citra Merek	7
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual	49
Gambar 4.1. Hasil Uji Normalitas dengan Grafik Histogram	75
Gambar 4.2. Hasil Uji Normalitas dengan <i>P-Plot</i>	75
Gambar 4.3. Hasil <i>Scatterplot</i> Uji Heteroskedastisitas	77



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Tabel Penjualan Produk <i>Nestlé Pure Life</i>	2
Tabel 1.2. Daftar Perbandingan Harga AMDK.....	5
Tabel 1.3. Data <i>Millennial's Top Brand Award 2019</i>	7
Tabel 2.1. Review Penelitian Terdahulu	47
Tabel 3.1. Skala <i>Likert</i>	55
Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel	58
Tabel 4.1. Tingkat Pengembalian Kuesioner	67
Tabel 4.2. Demografi Responden.....	68
Tabel 4.3. Hasil Statistik Deskriptif	69
Tabel 4.4. Uji Validitas Kualitas Produk	71
Tabel 4.5. Uji Validitas Promosi	71
Tabel 4.6. Uji Validitas Harga.....	72
Tabel 4.7. Uji Validitas Citra Merek	72
Tabel 4.8. Uji Validitas Keputusan Pembelian	73
Tabel 4.9. Uji Reliabilitas Data	74
Tabel 4.10 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov Test</i>	76
Tabel 4.11. Uji Multikolinearitas	76
Tabel 4.12. Hasil Uji Park	77
Tabel 4.13. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	78
Tabel 4.14. Hasil Pengujian Hipotesis Uji Parsial (Uji t).....	79
Tabel 4.15. Hasil Pengujian Hipotesis Uji Simultan (Uji F)	80
Tabel 4.16. Koefisien Determinan	81

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	96
Lampiran 2 Distribusi Jawaban Responden	101
Lampiran 3 Hasil Uji Statistik Deskriptif	112
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	115
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik	125
Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	126
Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis.....	127
Lampiran 8 Koefisien Determinan (R^2)	128
Lampiran 9 Tabel Distribusi R.....	129



UNIVERSITAS
MIKROSKIL