

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK MIZONE PADA KARYAWAN
PT INTERYASA MITRA MANDIRI**

SKRIPSI

Oleh:

**JOAN FREDI WILLIAM SILABAN
NIM 222110961**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS MIKROSKIL
MEDAN
2026**

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE AND
BRAND IMAGE ON PURCHASE DECISIONS
MIZONE PRODUCTS ON EMPLOYEES
PT INTERYASA MITRA MANDIRI**

FINAL RESEACRH

By:

**JOAN FREDI WILLIAM SILABAN
STUDENTS NUMBER 222110961**



**UNDERGRADUATED PROGRAM OF MANAGEMENT
SCHOOL OF BUSINESS AND HUMANITIES
UNIVERSITAS MIKROSKIL
MEDAN
2026**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK MIZONE PADA KARYAWAN
PT INTERYASA MITRA MANDIRI**

SKRIPSI

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

Oleh:

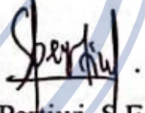
JOAN FREDI WILLIAM SILABAN
NIM 222110961

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing I,


Nasrul Efendi, SE., M.Si.

Dosen Pembimbing II,


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

Medan, 22 Juli 2026

Diketahui dan Disahkan Oleh :

Ketua Program Studi,

Christine, S.M., 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 : 222110961
Nama : Joan Fredi William Silaban

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

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mizone Pada Karyawan Interyasa Mitra Mandiri
Tempat Penelitian : Interyasa Mitra Mandiri
Alamat Penelitian : Jalan Sei Bengai Nomor 46/3, Kota Medan
No. Telp :

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, 01 Juli 2026

Saya yang membuat pernyataan,



J05BAOX088282387

Joan Fredi William Silaban

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian produk Mizone pada Karyawan PT Interyasa Mitra Mandiri. Penelitian ini menggunakan teknik Nonprobability Sampling metode Purposive Sampling dilakukan dengan penyebaran kuesioner terhadap 119 responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Asumsi Klasik dan Analisis Linear Berganda dengan hasil pengujian secara parsial (Uji t) menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Mizone pada Karyawan PT Interyasa Mitra Mandiri, sedangkan Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Mizone pada Karyawan PT Interyasa Mitra Mandiri. Selanjutnya hasil secara simultan (Uji F) menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai Adjusted R Square menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek dapat menjelaskan variasi terhadap variabel Keputusan Pembelian sebesar 7,8% dan sisanya 92,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas_Produk, Harga, Citra_Merek dan Keputusan_Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the influence of Product Quality, Price and Brand Image on the Purchase Decision of Mizone products on PT Interyasa Mitra Mandiri Employees. This study uses the Nonprobability Sampling technique with the Purposive Sampling method carried out by distributing questionnaires to 119 respondents. The data analysis method used in this study is the Classical Assumption Test and Multiple Linear Analysis with partial test results (t-test) showing that the product quality and price variables do not have a positive and significant effect on the Purchase Decision of Mizone Products on PT Interyasa Mitra Mandiri Employees, while Brand Image has a positive and significant effect on the purchase decision of Mizone products on PT Interyasa Mitra Mandiri Employees. Furthermore, the simultaneous results (F-test) show that the variables of Product Quality, Price and Brand Image have a positive and significant effect on purchasing decisions. The Adjusted R Square value shows that the variables of Product Quality, Price and Brand Image can explain variations in the Purchase Decision variable by 7.8% and the remaining 92.2% is explained by other variables not examined in this study.

Keywords: Product_Quality, Price, Brand_Image, Purchasing_Decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan sebuah karya tulis dengan judul “Pengaruh Kulit Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Mizone Pada Karyawan PT Interyasa Mitra Mandiri”. yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan Program Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Nasrul Efendi, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan segala waktu, tenaga, bimbingan dan arahnya serta motivasi yang sangat berharga baik itu didalam menempuh studi maupun selama penyusunan skripsi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Suci Pertiwi, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan segala waktu, tenaga, bimbingan dan arahnya serta motivasi yang sangat berharga baik itu didalam menempuh studi maupun selama penyusunan skripsi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Hardy, S.Kom., M.Sc., Ph.D, selaku Rektor Universitas Mikroskil Medan.
4. Bapak Sugianta Ovinus S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Bisnis & Humaniora Universitas Mikroskil Medan.
5. Ibu Christine, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil Medan.
6. Bapak Anto Tulim, S.E., S.S., M.Si., selaku Dosen Wali Program Studi Manajemen kelas MN-A Pagi.
7. Seluruh Dosen Pangajar dan Staff Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan yang telah banyak memberikan tambahan ilmu pengetahuan, motivasi dan bimbingan yang sangat berguna bagi peneliti.

8. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang penulis bagikan, terima kasih atas kerja samanya.
9. Orangtua penulis serta saudara penulis yang telah mendoakan, mendidik, memberikan dukungan dan kasih sayang serta perhatian yang tak terhingga.
10. Pihak-pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung.

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

Medan, 29 Juni 2026

Peneliti

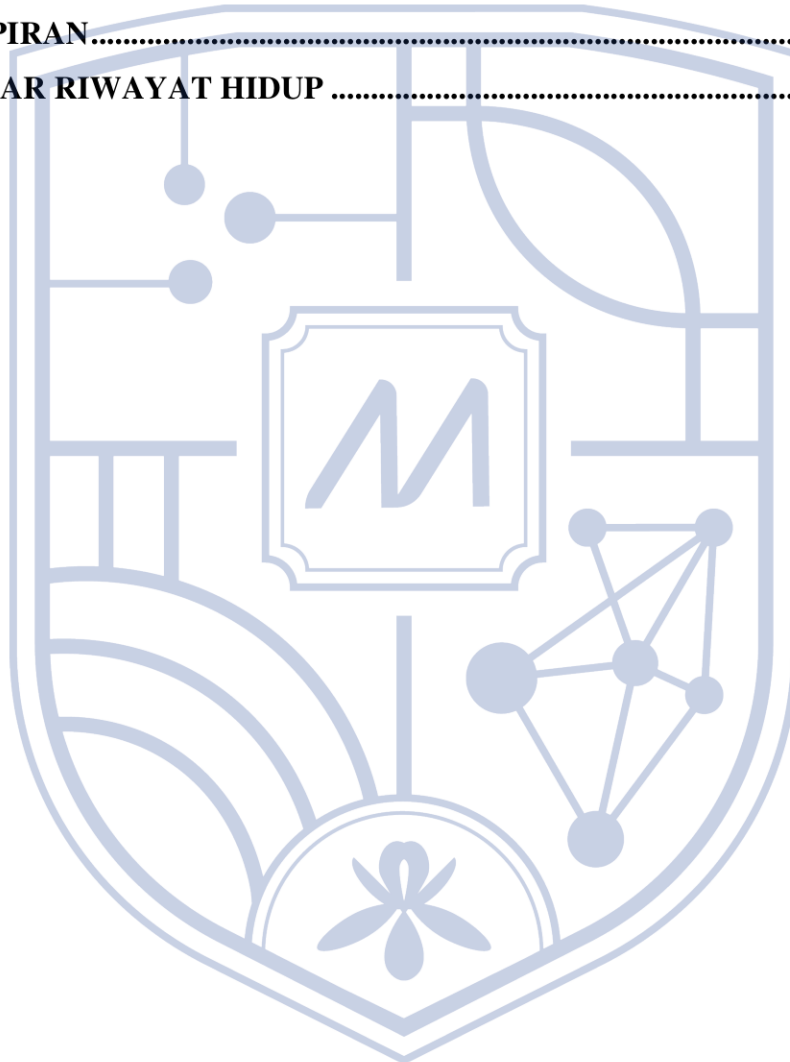
(Joan Fredi William S)

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Ruang Lingkup	8
1.4. Tujuan.....	7
1.5. Manfaat.....	8
1.6. Originalitas Penelitian	8
BAB II Tinjauan Pustaka.....	11
2.1. Landasan Teori	11
2.1.1. Pengertian Manajemen.....	11
2.1.2. Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.3. Perilaku Konsumen	13
2.1.4. Keputusan Pembelian.....	13
2.1.5. Kualitas Produk.....	16
2.1.6. Harga	18
2.1.7. Citra Merek	20
2.3. Review Penelitian Terdahulu	23
2.4. Kerangka Konseptual	27
2.5. Pengembangan Hipotesis	28
2.5.1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Mizone	29
2.5.2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Mizone	29

2.5.3.	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Mizone	30
2.5.4.	Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Mizone	31
BAB III METODE PENELITIAN		32
3.1.	Jenis Penelitian	32
3.2.	Objek Penelitian	32
3.3.	Metode Pengumpulan Data	32
3.3.1.	Penelitian Lapangan	32
3.3.2.	Studi Kepustakaan.....	33
3.4.	Populasi dan sampel	34
3.4.1.	Populasi	34
3.4.2.	Sampel.....	34
3.5.	Definisi Operasional Variabel	35
3.6.	Metode Analisis Data	36
3.6.1.	Statistik Deskriptif	36
3.6.2.	Pengujian Kualitas Data.....	37
3.6.3.	Pengujian Asumsi Klasik	38
3.6.4.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	39
3.6.5.	Pengujian Hipotesis.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN.....		42
4.1.	Hasil Penelitian.....	42
4.1.1.	Gambaran Umum Perusahaan.....	42
4.1.2.	Logo, Visi & Misi Produk.....	43
4.1.3.	Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner	43
4.1.4.	Gambaran Umum Responden	44
4.1.5.	Hasil Statistitik Deskriptif	46
4.1.4.	Hasil Uji Kualitas Data	50
4.1.5	Hasil Uji Asumsi Klasik	54
4.1.6	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	59
4.1.7	Hasil Uji Hipotesis	61
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian.....	63
4.2.1.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Mizone....	63
4.2.2.	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Mizone	64
4.2.3	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Mizone	65

4.2.4 Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek, terhadap Keputusan Pembelian.....	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	68
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN.....	74
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	103



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Hasil Pra Survei Keputusan Pembelian Terhadap Produk Mizone.....	3
Gambar 1. 2 Hasil Pra Survei Mengenai Kualitas Produk Mizone.....	4
Gambar 1. 3 Hasil Pra Survei Mengenai Harga Produk Mizone	5
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	28
Gambar 4. 1 Logo Mizone	43
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	46
Gambar 4. 5 Grafis Histogram Uji Normalitas	56
Gambar 4. 6 Hasil Uji Normalitas dengan Probability Plot.....	57
Gambar 4. 7 Grafik Scatterplot	58

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Review Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3. 1 Skala Likert	33
Tabel 3. 2 Defenisi Operasional Variabel	36
Tabel 4. 1 Jumlah Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner.....	43
Tabel 4. 2 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk	47
Tabel 4. 3 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Harga	48
Tabel 4. 4 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek.....	49
Tabel 4. 5 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	50
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1)	51
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Harga (X2)	52
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Citra Merek (X3).....	52
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Keputusan Konsumen (Y).....	53
Tabel 4. 10 Tabel Uji Reabilitas Data.....	54
Tabel 4. 11 Tabel Coefficients	55
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Test.....	57
Tabel 4. 13 Hasil Uji Residual Glejser	59
Tabel 4. 14 Analisis Regresi Linear Berganda	60
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F)	61
Tabel 4. 16 asil Pengujian Secara Parsial (Uji t).....	62
Tabel 4. 17 Model Summary.....	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	74
Lampiran 2 Distribusi Jawaban Responden.....	79
Lampiran 3 Hasil Uji Statistik Deskriptif	88
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	94
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik	98
Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	100
Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis	101

