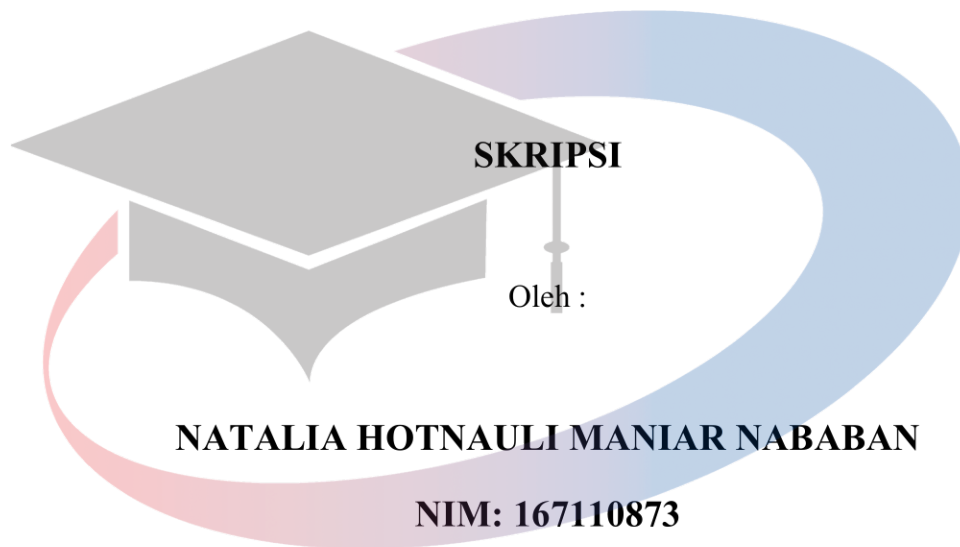


**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN
MEMBELI AIR MINERAL AQUA**

(Studi Kasus Pada Konsumen Air Mineral AQUA di Kelurahan Sidorame Timur
Medan Perjuangan)

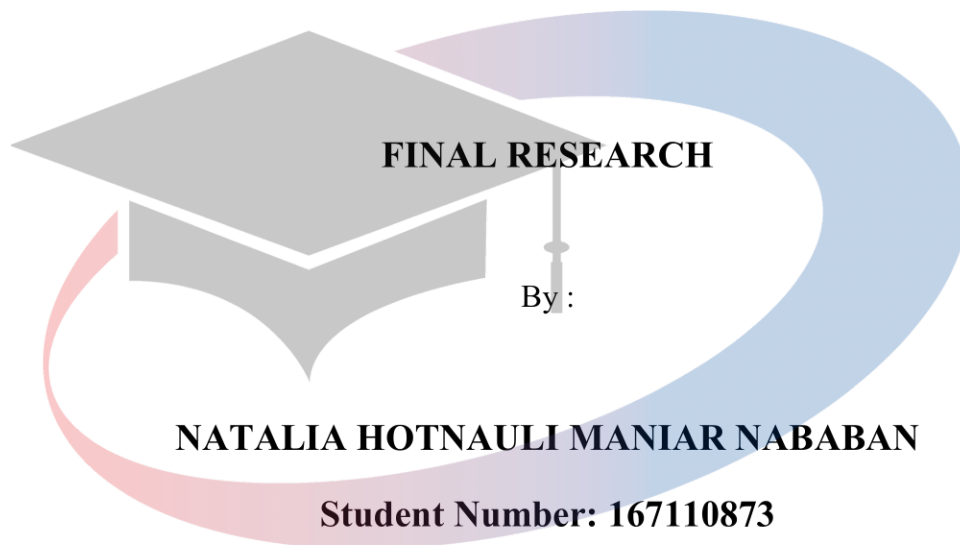


UNIVERSITAS
MIKROSKIL

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
MIKROSKIL
MEDAN
2020**

**THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE AND
PRICE ON CONSUMERS DECISION TO BUY
AQUA MINERAL WATER**

(A Case Study on AQUA Mineral Water Consumers in the Kelurahan Sidorame
Timur Medan Perjuangan)



STUDY OF PROGRAM MANAGEMENT

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

MIKROSKIL

MEDAN

2020

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI
AIR MINERAL AQUA**

(Studi Kasus Pada Konsumen Air Mineral AQUA di Kelurahan Sidorame Timur
Medan Perjuangan)

SKRIPSI

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

Oleh :

NATALIA HOTNAULI MANIAR NABABAN

NIM: 167110873

Disetujui oleh :

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,

Sugianta Ovinus Ginting,S.E.,M.M.,

Erni Siregar,S.E.,M.M.,

Medan, Juli 2020

Diketahui dan disahkan Oleh :

Ketua Program Studi Manajemen,

Sugianta Ovinus Ginting,S.E.,M.M.

LEMBAR PERNYATAAN

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

Nama : Natalia Hotnauli Maniar Nababan

Nim : 167110873

Peminatan : Manajemen Bisnis

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

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Konsumen Membeli Air Mineral Aqua.

Tempat Penelitian : Kelurahan Sidorame Timur, Medan Perjuangan.

Sehubungan dengan Tugas Akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan sebenarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain mengerjakannya) dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar.** Bila kemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuatnya), maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh STIE 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 STIE Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-Exclusive Royalty Free Right) atas Tugas Akhir saya beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak ini, STIE 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 Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel, dan buku. Demikian pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, Juli 2020

Saya yang membuat pernyataan,



Natalia Nababan

ABSTRAK

Penelitian dalam skripsi ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Konsumen Membeli Air Mineral Aqua. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen air mineral Aqua di kelurahan sidorame timur, medan perjuangan yaitu sebanyak 96 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan metode *incidental sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Berdasarkan hasil penelitian secara parsial hasil uji t menunjukkan Kualitas Produk dan Harga berpengaruh terhadap Keputusan konsumen membeli air mineral Aqua. Sedangkan Citra Merek tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen membeli air mineral Aqua. Secara simultan, variabel kualitas produk, citra merek, dan harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Nilai Koefisien Determinasi (*Adjust R square*) sebesar 0,408 atau sebesar 40,8% yang berarti bahwa variabel Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga mampu menjelaskan variabel terikat Keputusan Konsumen Membeli Air Mineral Aqua, sedangkan sisanya sebesar 59,2% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti di penelitian ini.

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

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

ABSTRACT

The research in this thesis aims to find out and analyze the effect of Product Quality, Brand Image and Price on Consumer Decisions to Buy Aqua Mineral Water. This type of research is a Quantitative method research. The population in this study were consumers of Aqua mineral water in the kelurahan sidorame timur, medan perjuangan of 96 people. The sampling technique used is *non probability sampling* with *incidental sampling* method. Data collection techniques using a questionnaire that has been tested for validity and reliability. Based on the partial results of the t test results show Product Quality and Price affect the consumer's decision to buy Aqua mineral water. While Brand Image has no effect on consumer's decision to buy Aqua mineral water. Simultaneously, variable product quality, brand image, and price affect purchasing decisions. Determination Coefficient Value (*Adjust R Square*) of 0,408 or 40,8% which means that the variable Product Quality, Brand Image, and Price are able to explain the dependent variable Consumer Decision to Buy Aqua Mineral Water, while the remaining 59,2% is explained by other variables which was not examined in this study.

Keywords : *Product Quality, Brand Image, Price, Purchase Decision*

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan sebuah karya tulis dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Konsumen Membeli Air Mineral Aqua”. Yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan Program Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan.

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

1. Bapak Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I dan selaku Ketua Program studi Manajemen STIE Mikroskil Medan yang telah bersedia meluangkan segala waktu, tenaga, bimbingan dan arahnya serta motivasi baik itu didalam menempuh studi maupun selama penyusunan skripsi sehingga peneliti dapat menyelesaikan Program Studi Sarjana (S1).
2. Ibu Erni Siregar, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan segala waktu, tenaga, bimbingan dan arahnya serta motivasi baik itu didalam menempuh studi maupun selama penyusunan skripsi sehingga peneliti dapat menyelesaikan Program Studi Sarjana (S1).
3. Bapak Ir. Mbayak Ginting, S.Kom., M.M., selaku Ketua STIE Mikroskil Medan.
4. Bapak William, S.Kom., M.M., selaku Wakil Ketua I STIE Mikroskil Medan.
5. Bapak Paulus, S.Kom., M.T., selaku Wakil Ketua II STMIK-STIE Mikroskil Medan.
6. Bapak Saliman, S.T., selaku Wakil Ketua III STIE Mikroskil Medan.
7. Bapak Apren Halomoan Hutasoit, S.E., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan.
8. Ibu Tya Wildana Hapsari Lubis, S.E., M.Si., selaku Dosen Wali yang selalu memberikan saran dan pengarahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
9. Seluruh Staff dan Dosen Pengajar STIE Mikroskil yang telah memberikan banyak bekal ilmu kepada penulis.

10. Seluruh masyarakat kelurahan sidorame timur yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner.
11. Bapak Jogius Nababan dan Ibu Lasni Sinurat selaku orang tua tercinta, saudara penulis Rona Nababan, Lilis Nababan, Sandra Nababan, Jaberis Nababan, Nikita Nababan, dan Immanuel Nababan yang selalu memberikan doa, dukungan dan motivasi yang terus menerus kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Sahabat terkasih penulis, yang telah memberikan motivasi, semangat dan telah meluangkan waktu untuk bertukar pikiran sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan ini.
13. Teman seperjuangan penulis dan teman-teman lain yang telah memberikan semangat dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan ini.
14. 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.

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

Medan, Juli 2020

Penulis,

Natalia Nababan

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Ruang Lingkup Penelitian	8
1.4. Tujuan Penelitian.....	9
1.5. Manfaat Penelitian.....	9
1.6. Originalitas	10
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Landasan Teori	11
2.1.1. Pemasaran	11
2.1.1.1. Pengertian Pemasaran	11
2.1.1.2. Pengertian Manajemen Pemasaran	12
2.1.1.3. Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	13
2.1.2. Keputusan Pembelian Konsumen	14
2.1.2.1. Pengertian Keputusan Pembelian	14
2.1.2.2. Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen	15
2.1.2.3. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	16
2.1.2.4. Indikator Keputusan Pembelian.....	18
2.1.3. Kualitas Produk	19

2.1.3.1.	Pengertian Kualitas Produk	19
2.1.3.2.	Tingkat Produk	20
2.1.3.3.	Faktor-faktor Mempengaruhi Kualitas Produk.....	20
2.1.3.4.	Indikator Kualitas Produk.....	22
2.1.4.	Merek	22
2.1.4.1.	Pengertian Merek.....	22
2.1.4.2.	Manfaat Merek.....	23
2.1.4.3.	Cara Membangun Merek Yang Kuat.....	24
2.1.5.	Citra Merek	24
2.1.5.1.	Pengertian Citra Merek.....	24
2.1.5.2.	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Citra Merek.....	26
2.1.5.3.	Indikator Citra Merek	27
2.1.6.	Harga.....	27
2.1.6.1.	Pengertian Harga.....	27
2.1.6.2.	Tujuan Penetapan Harga.....	28
2.1.6.3.	Peranan Harga.....	29
2.1.6.4.	Strategi Penetapan Harga.....	30
2.1.6.5.	Indikator Harga.....	31
2.2.	Review Penelitian Terdahulu	32
2.3.	Kerangka Konseptual	37
2.4.	Pengembangan Hipotesis	39
2.4.1.	Pengaruh Variabel Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian ..	39
2.4.2.	Pengaruh Variabel Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	40
2.4.3.	Pengaruh Variabel Harga terhadap Keputusan Pembelian	41
2.4.4.	Pengaruh Variabel Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian	42
BAB III.....	44
METODOLOGI PENELITIAN	44
3.1.	Jenis Penelitian	44
3.2.	Objek Penelitian	44
3.3.	Populasi dan Sampel	44
3.4.	Metode Pengumpulan Data	45

3.4.1.	Kuesioner / angket.....	45
3.4.2.	Studi Kepustakaan (Data Sekunder)	46
3.5.	Definisi Operasional Variabel	46
3.6.	Metode Analisis Data	49
3.6.1.	Analisis Statistik Deskriptif	49
3.6.2.	Pengujian Kualitas Data	49
3.6.2.1.	Uji Validitas	49
3.6.2.2.	Uji Reliabilitas	50
3.6.3.	Pengujian Asumsi Klasik	50
3.6.3.1.	Uji Normalitas.....	50
3.6.3.2.	Uji Multikolinearitas.....	51
3.6.3.3.	Uji Heteroskedastisitas	52
3.6.4.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	52
3.6.5.	Uji Hipotesis	53
3.6.5.1.	Pengujian Secara Parsial (Uji t).....	53
3.6.5.2.	Pengujian Secara Simultan (Uji F)	54
3.6.5.3.	Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	54
BAB IV	55
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1.	Hasil Penelitian.....	55
4.1.1.	Gambaran Umum.....	55
4.1.1.1.	Sejarah Perusahaan PT Aqua Golden Mississippi Tbk.	55
4.1.1.2.	Visi dan Misi PT Aqua Golden Mississippi Tbk.....	56
4.1.1.3.	Struktur Organisasi PT Aqua Golden Mississippi Tbk.	57
4.1.1.4.	Job Description	58
4.1.2.	Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner	61
4.1.3.	Gambaran Umum Responden (Demografi)	62
4.1.4.	Hasil Statistik Deskriptif.....	63
4.1.4.1.	Variabel Kualitas Produk (X1)	64
4.1.4.2.	Variabel Citra Merek (X2).....	65
4.1.4.3.	Variabel Harga (X3)	66

4.1.4.4.	Variabel Keputusan Pembelian (Y)	67
4.1.5.	Hasil Uji Kualitas Data	68
4.1.5.1.	Uji Validitas	68
4.1.5.2.	Uji Reliabilitas	73
4.1.6.	Hasil Uji Asumsi Klasik	75
4.1.6.1.	Uji Normalitas.....	75
4.1.6.2.	Uji Multikolinearitas	79
4.1.6.3.	Uji Heteroskedastisitas	79
4.1.7.	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	82
4.1.8.	Uji Hipotesis	83
4.1.8.1.	Uji Secara Parsial (Uji t).....	83
4.1.8.2.	Uji Secara Simultan (Uji F).....	84
4.1.8.3.	Koefisien Determinasi (R ²).....	85
4.2.	Pembahasan	86
4.2.1.	Pengaruh Variabel Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .	86
4.2.2.	Pengaruh Variabel Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	87
4.2.3.	Pengaruh Variabel Harga Terhadap Keputusan Pembelian	88
4.2.4.	Pengaruh Variabel Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian	89
BAB V	91
KESIMPULAN DAN SARAN	91
5.1.	Kesimpulan.....	91
5.2.	Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	97
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	139

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Proses Keputusan Pembelian Konsumen	15
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual	38
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi PT Aqua Golden Mississippi Tbk.....	57
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas Histogram.....	76
Gambar 4. 3 Hasil Uji Normalitas Normal P-Plot	77
Gambar 4. 4 Hasil Uji Scatterplot.....	80



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Top Brand Index Air Minum Dalam Kemasan di Indonesia Tahun 2015 – 2019.....	2
Tabel 1. 2 Daftar Harga Air Minum Dalam Kemasan	5
Tabel 2. 1 Review Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3. 1 Skala Likert	46
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	47
Tabel 4. 1 Tingkat Pengembalian Kuesioner	61
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	62
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	63
Tabel 4. 5 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk.....	64
Tabel 4. 6 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Citra Merek	65
Tabel 4. 7 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Harga.....	66
Tabel 4. 8 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	67
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	69
Tabel 4. 10 Hasil Validitas Variabel Citra Merek	70
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Variabel Harga	71
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	72
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk	73
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek.....	73
Tabel 4. 15 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga	74
Tabel 4. 16 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian	74
Tabel 4. 17 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	78
Tabel 4. 18 Hasil Uji Multikolinearitas.....	79
Tabel 4. 19 Hasil Uji Glejser.....	81
Tabel 4. 20 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	82
Tabel 4. 21 Hasil Uji t (Uji Secara Parsial).....	83
Tabel 4. 22 Hasil Uji F (Uji Secara Simultan)	84
Tabel 4. 23 Hasil Koefisien Determinasi	85

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 KUESIONER PENELITIAN	97
Lampiran 2 Distribusi Jawaban Responden.....	105
Lampiran 3 Hasil Statistik Deskriptif	117
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas	119
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik	123
Lampiran 6 Hasil Analisis Linear Berganda.....	126
Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis	127
Lampiran 8 Hasil Koefisien Determinasi (R ²)	128
Lampiran 9 Nilai Distribusi t	129
Lampiran 10 Nilai Distribusi Tabel F	132
Lampiran 11 Nilai Distribusi Tabel R.....	135



UNIVERSITAS
MIKROSKIL