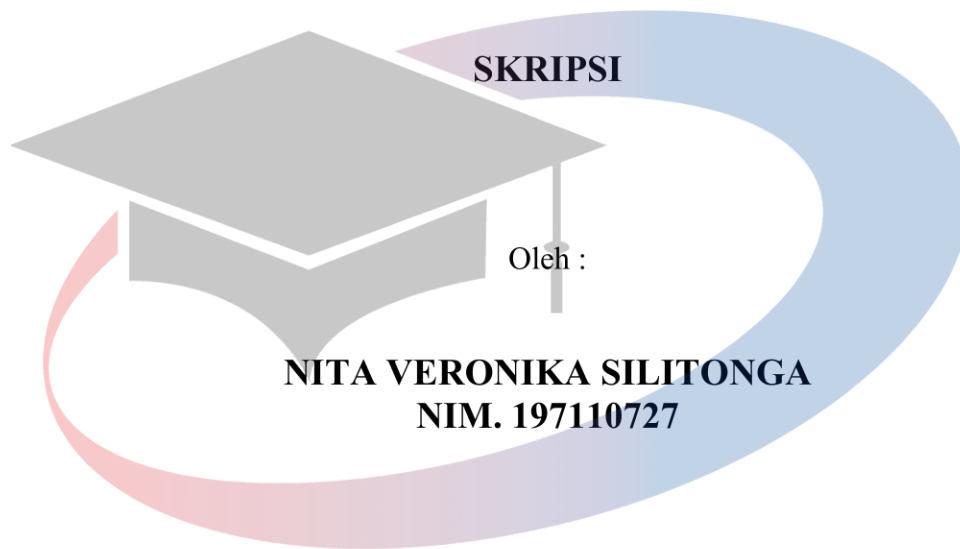


**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MINUMAN FRESTEA (STUDI KASUS
KONSUMEN DI KELURAHAN
DELI TUA TIMUR)**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MIKROSKIL
MEDAN
2023**

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE,
AND PROMOTION ON PURCHASING DECISIONS OF
FRETEA DRINKS (CONSUMER CASE STUDY
IN EAST DELI TUA SUB-DISTRICT)**

FINAL RESEARCH

By:

NITA VERONIKA SILITONGA
Student Number. 197110727



**STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT
FACULTY OF BUSINESS
MIKROSKIL UNIVERSITY
MEDAN
2023**

LEMBARAN PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MINUMAN FRESTEA (STUDI KASUS
KONSUMEN DI KELURAHAN
DELI TUA TIMUR)**

SKRIPSI

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

Oleh :

**NITA VERONIKA SILITONGA
NIM.197110727**

Disetujui oleh :

Dosen Pembimbing I



Apren Halomoan Hutasoit, S.E., M.Si

Medan, 07 Agustus 2023

Diketahui dan Disahkan Oleh :

Ketua Program Studi Manajemen,




UNIVERSITAS
MIKROSKIL
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 : 197110727

Nama : Nita Veronika Silitonga

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

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea (Studi Kasus Konsumen Frestea di Kelurahan Deli Tua Timur)

Tempat Penelitian : Kelurahan Deli Tua Timur

Sehubungan dengan Tugas Akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Penelitian dari 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 Hal Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas Tugas Akhir saya. Dengan hak ini, Universitas Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalih media/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 tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, 07 Agustus 2023
Saya yang membuat pernyataan,




Nita Veronika Silitonga

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea pada masyarakat di Kelurahan Deli Tua Timur. Jenis penelitian ini adalah asosiatif kuantitatif, dimana data yang dinyatakan dalam angka dan dianalisis dengan teknik statistik. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow dengan jumlah sampel 96 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa kualitas produk, citra merek, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian hipotesis secara simultan menyatakan bahwa kualitas produk, citra merek, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Nilai *Adjust R Square* sebesar 79,1%. Sementara sisanya 20,9% dijelaskan dalam variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas_Produk, Citra_Merek, Promosi, dan Keputusan_Pembelian



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of Product Quality, Brand Image, and Promotion on the Purchase Decision of Frestea Drinks in the people of Deli Tua Timur Village. This type of research is associative quantitative, where data is expressed in numbers and analyzed using statistical techniques. The technique used in sampling in this study used the Lemeshow formula with a sample of 96 respondents. The analytical method used is multiple linear regression analysis. The results of the partial hypothesis research show that product quality, brand image, and promotions influence purchasing decisions. Hypothesis research simultaneously states that product quality, brand image, and promotions influence purchasing decisions. The Adjust R Square value of 79,1%. While the remaining 20,9% is explained in other variables not examined in this study.

Keywords : Product Quality, Brand Image, and Promotion on the Purchase Decision



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan anugerah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea (Studi Kasus Konsumen di Kelurahan Deli Tua Timur)”.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian dari persyaratan-persyaratan akademik guna menyelesaikan Program Studi Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Mikroskil Medan. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan dengan baik tanpa adanya bimbingan, nasihat, bantuan dan dukungan yang berarti dari berbagai pihak yang dengan ikhlas meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Apren Halomoan Hutasoit, 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 dalam menempuh studi maupun selama penyusunan skripsi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Tya Wildana Hapsari Lubis, S.E., M.Si., selaku Dosen Pedamping Pembimbing yang telah bersedia meluangkan segala waktu, tenaga, bimbingan dan arahnya serta motivasi yang sangat berharga baik itu dalam 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. 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 Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan.
6. Ibu Naca Perangin-Angin, S.M., M.Si., selaku Sekertaris Program Studi Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan.

7. Ibu Sherly Joe, S.Kom., M.M., selaku Dosen wali yang terus memberikan arahan dan motivasi.
8. Seluruh Staff dan Dosen Pengajar Universitas Mikroskil Medan yang telah banyak memberikan tambahan ilmu pengetahuan, motivasi dan bimbingan yang sangat berguna bagi peneliti.
9. Kepada kedua Orangtua terkasih, Bapak Ginoardo Silitonga dan Ibu Herlina Silaban, kepada kedua saudara kandung Lindung Parsaoran Silitongan dan Zenni Setia Silitonga yang telah dengan tulus memberikan doa, dukungan, motivasi dan kasih sayang kepada penulis dalam proses perkuliahan dan penyelesaian skripsi.
10. Sahabat penulis, selaku teman seperjuangan Key Cellowan, Adinda Gusmita, Delima Pardede, dan Cathrine B yang telah menemani dan memberikan dukungan serta motivasi kepada penulis dalam menempuh pendidikan dan menyusun skripsi di Universitas Mikroskil Medan.
11. Para rekan seperjuangan penulis dari UKM Mikroskil Youth Care dan UKM Singing Club yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah mendukung dan memberi warna dalam kisah perkuliahan penulis.
12. Seluruh responden konsumen minuman Frestea yang berada di Kelurahan Deli Tua Timur, yang telah meluangkan waktunya untuk membantu mengisi kuesioner demi mendukung penyelesaian Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi yang dikerjakan masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca sangat diharapkan agar skripsi ini dapat menjadi lebih baik lagi.

Akhir kata penulis mohon maaf jika terdapat kesalahan dalam penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk pengembangan ilmu ekonomi khususnya bidang manajemen serta dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Medan, 07 Agustus 2023

Penulis,

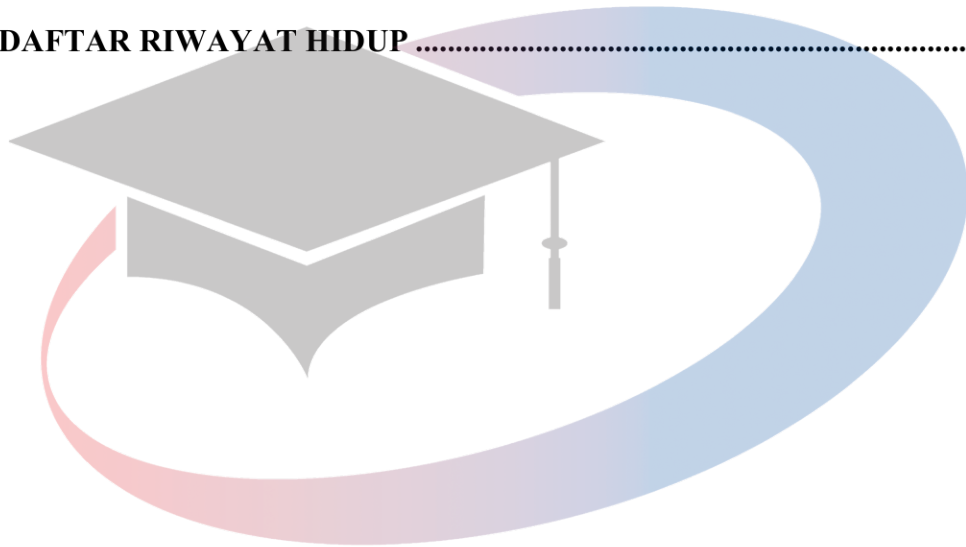
Nita Veronika Silitonga

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Ruang Lingkup.....	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.6 Originalitas Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	12
2.1.2 Manajemen Pemasaran	13
2.1.3 Bauran Pemasaran	14
2.1.4 Keputusan Pembelian	14
2.1.5 Kualitas Produk	21
2.1.6 Citra Merek	24
2.1.7 Promosi	28
2.2 Review Penelitian Terdahulu	32
2.3 Kerangka Konseptual	37
2.4 Pengembangan Hipotesis	38
2.4.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	38
2.4.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	39
2.4.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	40

2.4.4 Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	40
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1 Jenis Penelitian.....	42
3.2 Objek Penelitian.....	42
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	42
3.3.1 Penelitian Lapangan (Survei)	42
3.3.2 Studi Kepustakaan	44
3.4 Populasi dan Sampel	44
3.4.1 Populasi.....	44
3.4.2 Sampel	45
3.5 Defenisi Operational Variabel	45
3.6 Metode Analisis Data.....	48
3.6.1 Statistik Deskriptif.....	48
3.6.2 Pengujian Kualitas Data	49
3.6.3 Pengujian Asumsi Klasik.....	50
3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda	51
3.6.5 Uji Hipotesis	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1 Hasil Penelian	54
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	54
4.1.2 Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner	55
4.1.3 Gambaran Umum Responden.....	55
4.1.4 Hasil Statistik Deskriptif.....	58
4.1.5 Hasil Uji Kualitas Data	60
4.1.6 Hasil Uji Asumsi Klasik	64
4.1.7 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	67
4.1.8 Hasil Uji Hipotesis.....	69
4.2 Hasil Pembahasan	70
4.2.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	70
4.2.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	72
4.2.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	73

4.2.4 Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA.....	77
LAMPIRAN.....	79
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	102



UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Persentasi Keputusan Pembelian Terhadap Minuman Teh.....	3
Tabel 1.2 Hasil <i>Prasurvey</i> Variabel Kualitas Produk	4
Tabel 1.3 Hasil <i>Prasurvey</i> Variabel Citra Merek.....	5
Tabel 2.1 Review Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3.1 Skala <i>Likert</i>	41
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	45
Tabel 4.1 Tingkat Pengembalian Kuesioner	55
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	57
Tabel 4.6 Hasil Statistik Deskriptif Kualitas Produk	58
Tabel 4.7 Hasil Statistik Deskriptif Citra Merek	59
Tabel 4.8 Hasil Statistik Deskriptif Promosi	59
Tabel 4.9 Hasil Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian	60
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	61
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek	61
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	62
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	62
Tabel 4.14 Hasil Uji Reabilitas Kualitas Produk	63
Tabel 4.15 Hasil Uji Reabilitas Citra Merek	63
Tabel 4.16 Hasil Uji Reabilitas Promosi	64
Tabel 4.17 Hasil Uji Reabilitas Keputusan Pembelian	64
Tabel 4.18 Hasil Uji Kolmogorov- <i>smitnov</i>	65
Tabel 4.19 Uji Multikolinearitas	66
Tabel 4.20 Uji <i>Glejser</i>	67
Tabel 4.21 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	67
Tabel 4.22 Hasil Pengujian Hipotesis Uji Parsial (Uji t)	68
Tabel 4.23 Hasil Pengujian Hipotesis Uji Simultan (Uji F)	69
Tabel 4.24 Hasil Koefisien Determinasi	70

DAFTAR GAMBAR

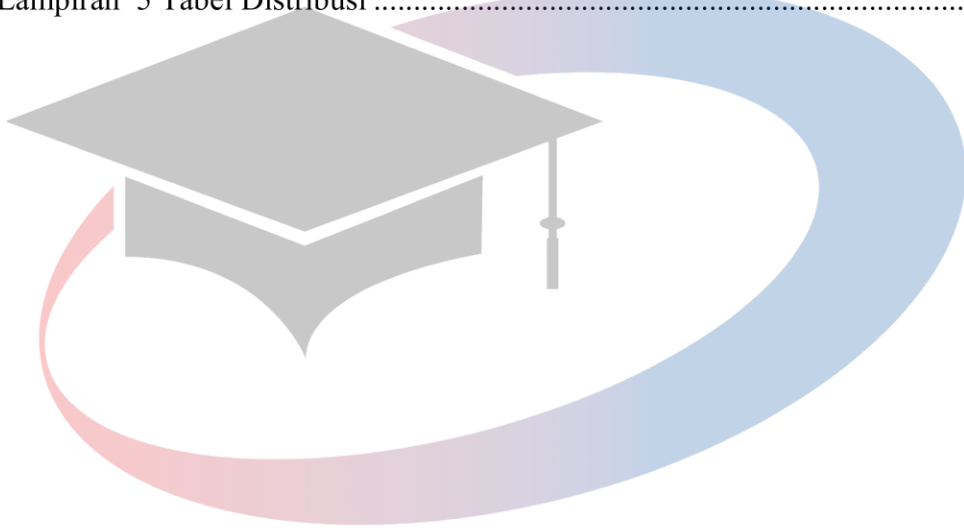
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	36
Gambar 4.1 Grafik Histogram.....	62
Gambar 4.2 Uji Normalitas P-Plot	62
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas	64



UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 KUESIONER PENELITIAN	76
Lampiran 2 Distribusi Jawaban Responden.....	80
Lampiran 3 Uji Statistik Deskriptif.....	88
Lampiran 4 Hasil Pengolahan Data SPSS.....	90
Lampiran 5 Tabel Distribusi	96



UNIVERSITAS MIKROSKIL