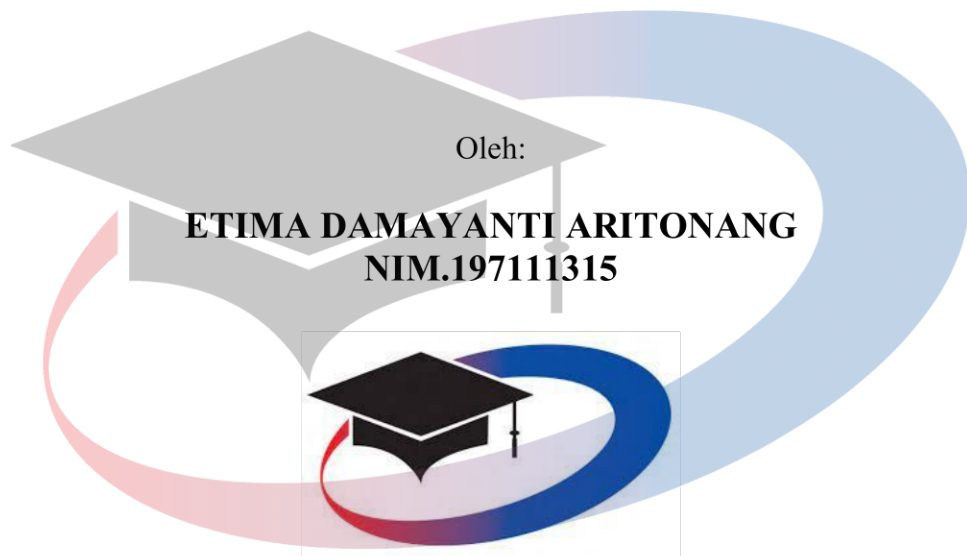


**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, HARGA
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
LE MINERALE (STUDI KASUS PADA KONSUMEN
DI KECAMATAN MEDAN KOTA)**

SKRIPSI

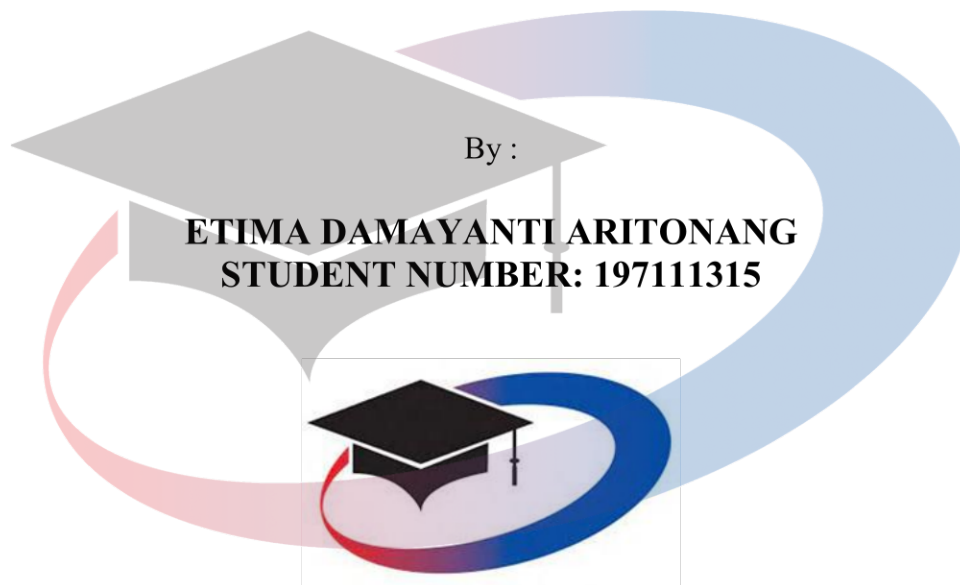


**UNIVERSITAS
MIKROSKIL**

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

**INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE, PRICE
AND PROMOTION ON PURCHASE DECISION LE
MINERALE(CASE STUDY ON CONSUMERS
IN MEDAN CITY DISTRICT)**

FINAL RESEARCH



**UNIVERSITAS
MIKROSKIL**

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

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LE MINERALE (STUDI KASUS PADA KONSUMEN DI KECAMATAN MEDAN KOTA)

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi persyaratan Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Stara Satu
Program Studi Manajemen

Oleh:

ETIMA DAMAYANTI ARITONANG

NIM. 197111315

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing,



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

Medan, 09 Agustus 2023

Diketahui dan Disahkan Oleh :

Ketua Program Studi,


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 : 197111315

Nama : Etima Damayanti Aritonang

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

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Le Minerale (Studi Kasus Pada Konsumen di Kecamatan Medan Kota)

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 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 artiker atau buku.

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

Medan, 13 Juli 2023

Saya yang membuat pernyataan



(Etima Damayanti Aritonang)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Le Minerale (Studi Kasus pada Konsumen di Kecamatan Medan Kota). Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Teknik penentuan sampel pada penelitian menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan metode *Accidental sampling* dan *quota google form* terhadap 100 sampel, yaitu pada konsumen Le Minerale. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil pengujian secara parsial (Uji t) menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Le Minerale. Selanjutnya hasil pengujian secara simultan (Uji F) menunjukkan bahwa keempat variabel independent (Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Promosi) berpengaruh terhadap variabel dependent (Keputusan Pembelian). Koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Promosi dapat menjelaskan variasi terhadap Keputusan Pembelian adalah 82,1% sedangkan sisanya sebesar 17,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

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



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

ABSTRACT

This research is purpose to know the effect The Influence Of Product Quality, Brand Image, Price and Promotion on Purchase Decision Le Minerale (Case study on consumers Medan City District). Research method used in this research is quantitative research. Sample determine technique in this research is uses nonprobability sampling technique with the Accidental sampling and quota Sampling method. Carried out by distributing questionnaires online using google form on 100 samples, namely the Le Minerale consumers. The data analysis method used in this research is multiple linier regression. Partial testing (t test) show that the variable Product Quality, Brand Image, Price and Promotion have a significant effect on consumer on Purchase Decision Le Minerale. The results of simultanly (F test) show that the four independent variable Product Quality, Brand Image, Price and Promotion are influential on dependent variable purchase decision. Determination coefficient (Adjusted R Square) showed Product Quality, Brand Image, Price and Promotion variable can explain variations on purchase decision variable as musch 82,1%, and the remaning 17,9% explained by others variable which not search in this research.

Keyword : *Product Quality, Brand Image, Price, Promotion, Purchase Decision*



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

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 Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Le Minerale Studi Kasus pada Konsumen di Kecamatan Medan Kota Tahun 2023” yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan Program Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan.

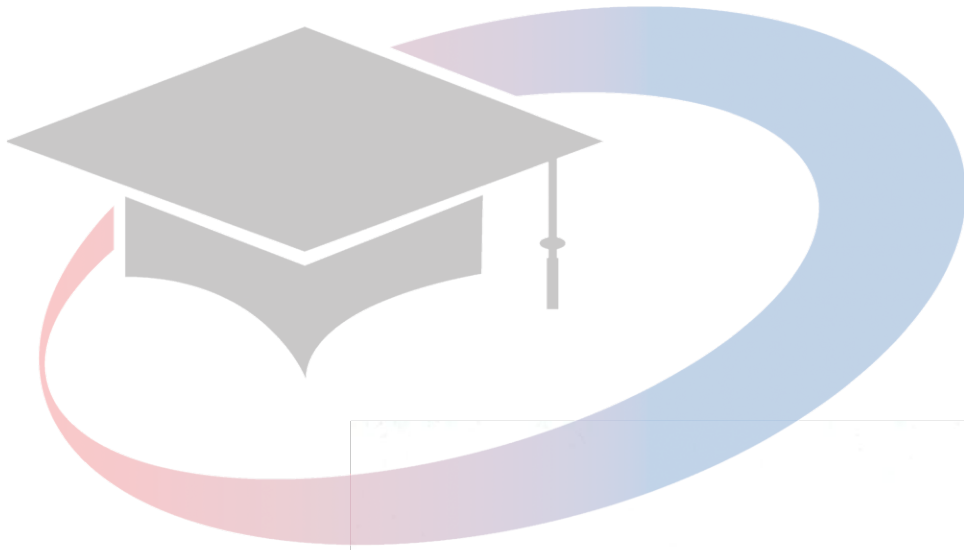
Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak 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 didalam menempuh studi maupun selama penyusunan skripsi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Suci Pertiwi, S.E., M.Si., selaku Dosen Pendamping Pembimbing, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil Medan dan selaku Dosen Wali 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. Ibu Agustina S.Kom., MSI., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan
5. Seluruh Staff dan Dosen Pangajar Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan yang telah banyak memberikan tambahan ilmu pengetahuan, motivasi dan bimbingan yang sangat berguna bagi peneliti.
6. Seluruh Konsumen Le Minerale Tahun 2023 atau responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang penulis bagikan, terima kasih atas kerja samanya.
7. Orangtua penulis, Bapak Jogiarto Aritonang dan Ibu Riama Br Batubara yang telah membesarkan dan tak pernah lelah untuk mendidik saya serta selalu memberikan doa, dukungan dan kasih sayang serta perhatian yang tak terhitung.
8. Sahabat sekaligus teman seperjuangan yang saya sayangi dan kasihi selamanya Windy Irena Angie Lumbantobing, Elidayanti Br Bangun, Chaterina Andrianisa Sianipar, Bobby Cararo Purba, yang telah memberikan banyak doa, motivasi, semangat,

penghiburan dikala stress dan telah meluangkan waktu untuk bertukar pikiran sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan ini.

9. 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 13 Juli 2023
Peneliti

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Etima Damayanti Aritonang', written in a cursive style.

(Etima Damayanti Aritonang)

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Ruang Lingkup.....	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.6 Originalitas.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Pemasaran.....	8
2.1.2 Keputusan Pembelian	10
2.1.3 Kualitas Produk	13
2.1.4 Citra Merek.....	16
2.1.5 Harga	18
2.1.6 Promosi.....	20
2.2 Review Penelitian Terdahulu	23
2.3 Kerangka Konseptual	28
2.4 Pengembangan Hipotesis	29
2.4.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Le Minerale	29

2.4.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Le Minerale	30
2.4.3 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Le Minerale.....	30
2.4.4 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Le Minerale	31
2.4.5 Pengaruh Kualitas produk, Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Le Minerale	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1 Jenis Penelitian.....	33
3.2 Objek Penelitian	33
3.3 Metode Pengumpulan Data	33
3.3.1 Studi Lapangan.....	33
3.3.2 Studi Kepustakaan.....	35
3.4 Populasi dan Sampel	35
3.4.1 Populasi	35
3.4.2 Sampel.....	35
3.5 Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional Variabel.....	36
3.6 Metode Analisis Data.....	38
3.6.1 Statistik Deskriptif.....	38
3.6.2 Pengujian Kualitas.....	39
3.6.3 Pengujian Asumsi Klasik	39
3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda	41
3.6.5 Uji Hipotesis.....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
4.1 Hasil Penelitian	57
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	57
4.1.2 Pengiriman dan Pengambilan Kuesioner.....	59
4.1.3 Gambaran Umum Responden.....	60
4.1.4 Hasil Uji Statistik Deskriptif	60

4.1.5 Hasil Uji Kualitas Data.....	65
4.1.6 Uji Asumsi Klasik	69
4.1.7 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	74
4.1.8 Hasil Uji Hipotesis	75
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	78
4.2.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Le Minerale.....	78
4.2.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Le Minerale.....	80
4.2.3 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Le Minerale	80
4.2.4 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Le Minerale	81
4.2.5 Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Le Minerale	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	84
5.1 Kesimpulan	84
5.2 Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA.....	86
LAMPIRAN.....	91
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	134

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	39
Gambar 4. 1 PT Tirta Fresindo Jaya	56
Gambar 4. 2 Le Minerale	57
Gambar 4. 3 Grafik Histogram Uji Normalitas	68
Gambar 4. 4 Hasil Uji Normalitas dengan Probability Plot.....	69
Gambar 4. 5 Grafik Hasil Uji Normalitas Scatterplot.....	72



UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Merek Air Mineral Paling Sering Dikonsumsi Masyarakat Indonesia 2023	7
Tabel 1. 2 Top Brand Le Minerale 2020-2022	9
Tabel 1. 3 Perbandingan Harga Air Minum Dalam Kemasan	10
Tabel 2. 1 Review Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	49
Tabel 4. 1 Tingkat Pengembalian Kuesioner	59
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	60
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	60
Tabel 4. 4 Hasil Statistik Deskriptif Kualitas Produk Descriptive Statistics	61
Tabel 4. 5 Hasil Statistik Deskriptif Citra Merek Descriptive Statistics	62
Tabel 4. 6 Hasil Statistik Deskriptif Harga Descriptive Statistics	63
Tabel 4. 7 Hasil Statistik Deskriptif Promosi Descriptive Statistics	63
Tabel 4. 8 Hasil Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian Descriptive Statistics....	64
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	66
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek	66
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Variabel Harga	67
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	67
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	68
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reabilitas	69
Tabel 4. 15 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test One-Sample Kolmogorof-Smirnov Test	70
Tabel 4. 16 Hasil Uji Multikolinearitas	71
Tabel 4. 17 Hasil Uji Glejser	73
Tabel 4. 18 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	74
Tabel 4. 19 Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t).....	75
Tabel 4. 20 Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F).....	77
Tabel 4. 21 Hasil Anaisis Koefisien Determinasi (R^2)	77

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN.....	91
LAMPIRAN 2 DISTRIBUSI JAWABAN RESPONDEN.....	96
LAMPIRAN 3 UJI STATISTIK DESKRIPTIF	115
LAMPIRAN 4 HASIL PENGOLAHAN DATA SPSS.....	118
LAMPIRAN 5 TABEL DISTRIBUSI PENELITIAN	125



UNIVERSITAS
MIKROSKIL