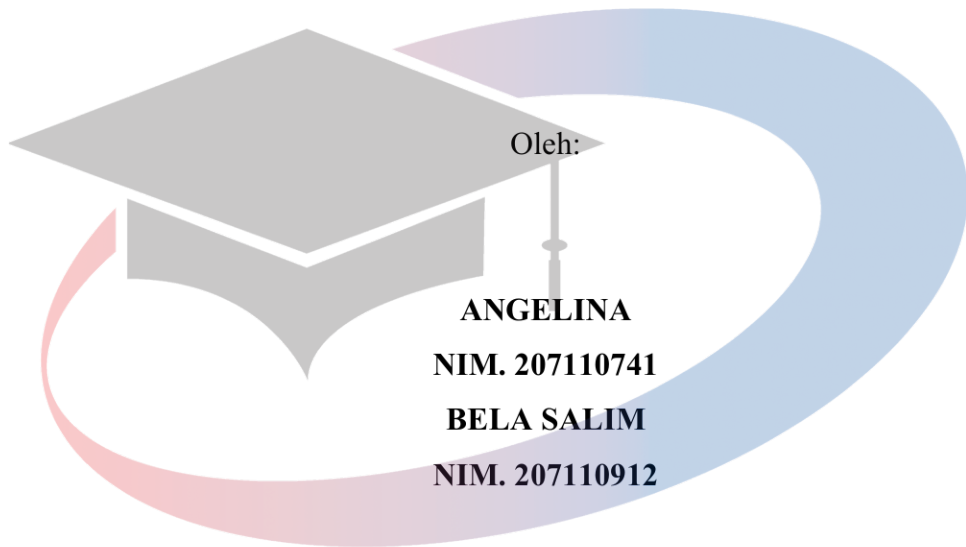


**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN  
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUAH PT  
INDO KENCANA NIAGA DENGAN MINAT BELI SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING**

**SKRIPSI**



**UNIVERSITAS  
MIKROSKIL**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS BISNIS**

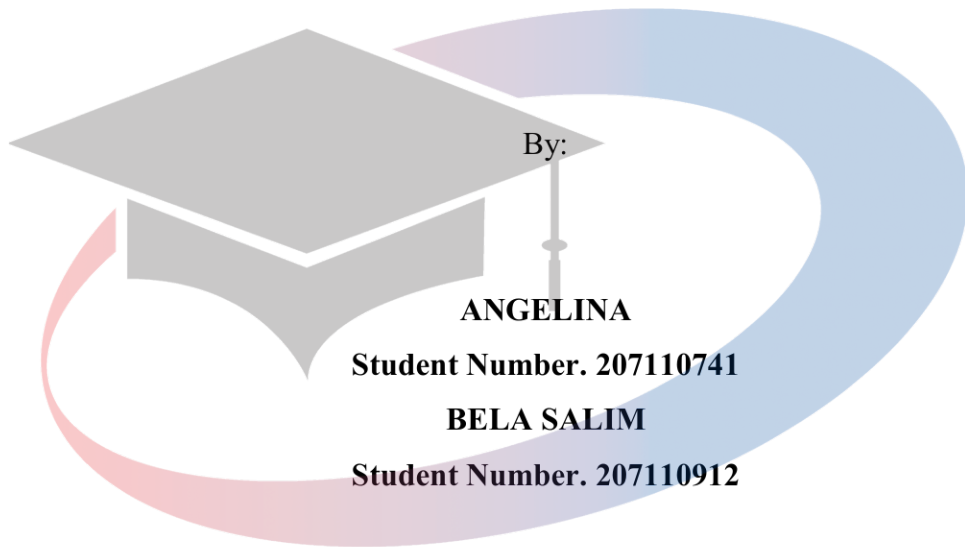
**UNIVERSITAS MIKROSKIL**

**MEDAN**

**2024**

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE  
AND PRICE ON FRUIT PURCHASING DECISIONS OF PT  
INDO KENCANA NIAGA WITH PURCHASE INTEREST AS AN  
INTERVENING VARIABLE**

**FINAL RESEARCH**



By:

**ANGELINA**

**Student Number. 207110741**

**BELA SALIM**

**Student Number. 207110912**

**UNIVERSITAS  
MIKROS KIL**

**UNDERGRADUATE PROGRAM OF MANAGEMENT**

**BUSINESS FACULTY**

**UNIVERSITAS MIKROS KIL**

**MEDAN**

**2024**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN  
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUAH PT  
INDO KENCANA NIAGA DENGAN MINAT BELI SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING**

**SKRIPSI**

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

Oleh :

**ANGELINA  
NIM. 207110741**

**BELA SALIM  
NIM. 207110912**

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing I,

  
William, S.Kom., M.M.

Dosen Pembimbing II,

  
Purnaya Sari Tarigan, S.E., M.S.i.

Medan, 19 Juli 2024  
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 : 207110741

Nama : Angelina

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 Pembelian Keputusan Pembelian Buah PT. Indo Kencana Niaga Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening

Tempat Penelitian : PT. Indo Kencana Niaga

Alamat Penelitian : Jl. Medan-Binjai No. 72

No. Telp. : -

Schubungan 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,

Saya yang membuat pernyataan,

  
Anggima

## LEMBAR PERNYATAAN

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

NIM : 207110912

Nama : Bela Salim

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 Pembelian Keputusan Pembelian Buah PT. Indo Kencana Niaga Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening

Tempat Penelitian : PT. Indo Kencana Niaga

Alamat Penelitian : Jl. Medan-Binjai No. 72

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,

Saya yang membuat pernyataan,

  
Bela Salim



## ABSTRAK

Penelitian dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh antara Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai variabel intervening. Penelitian ini membuat PT. Indo Kencana Niaga memiliki pemahaman mendalam terkait aspek kualitas produk dapat menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian dan bagaimana minat beli dapat memediasi hubungan antara kualitas produk dan citra merek. Hal ini diharapkan dapat membantu perusahaan merancang strategi pemasaran yang lebih efektif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk secara langsung berpengaruh positif dan signifikan, citra merek secara langsung tidak berpengaruh, harga secara langsung tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT. Indo Kencana Niaga. Kualitas produk secara langsung berpengaruh positif dan signifikan, citra merek secara langsung berpengaruh positif dan signifikan, harga secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada PT. Indo Kencana Niaga. Minat beli mampu memediasi sebagian hubungan antara kualitas produk dan keputusan pembelian pada PT. Indo Kencana Niaga. Minat beli mampu memediasi penuh hubungan antara citra merek dan keputusan pembelian pada PT. Indo Kencana Niaga. Minat beli tidak mampu memediasi hubungan antara harga dan keputusan pembelian pada PT. Indo Kencana Niaga. Minat beli secara langsung berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian pada PT. Indo Kencana Niaga.

**Kata Kunci :** *Kualitas produk, Citra Merek, Harga, Keputusan Pembelian, Minat Beli*

UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

## ABSTRACT

The research was conducted with the aim of finding out and analyzing the influence of Product Quality, Brand Image and Price on Purchase Decisions with Buying Interest as an intervening variable. This research made PT. Indo Kencana Niaga has a deep understanding of the aspect of product quality can be the main factor influencing purchasing decisions and how buying interest can mediate the relationship between product quality and brand image. This is expected to help companies design more effective marketing strategies. The results of the study show that product quality directly has a positive and significant effect, brand image directly has no effect, price directly has no effect on purchase decisions at PT. Indo Kencana Niaga. Product quality directly has a positive and significant effect, brand image directly has a positive and significant effect, price directly has a positive and significant effect on buying interest in PT. Indo Kencana Niaga. Buying interest is able to mediate part of the relationship between product quality and purchase decisions at PT. Indo Kencana Niaga. Buying interest is able to fully mediate the relationship between the brand image and the purchase decision at PT. Indo Kencana Niaga. Buying interest is not able to mediate the relationship between price and purchase decision in PT. Indo Kencana Niaga. Direct buying interest has a significant and positive effect on purchase decisions at PT. Indo Kencana Niaga.

**Keywords** : *Quality Product, Brand Image, Price, Purchase Decisions, Buying Interest*

UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

## KATA PENGANTAR

Ucapan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Buah PT. Indo Kencana Niaga dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening”.

Skripsi ini dibuat untuk memenuhi syarat akademis dalam menyelesaikan Program Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil Medan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, bantuan serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini berlangsung. Pada kesempatan ini, penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak William, S.Kom., M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan waktu, saran, bimbingan dan pengarahan dalam proses penyelesaian skripsi ini.
2. Ibu Purnaya Sari Tarigan, S.E., M.S.i., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan waktu, saran, bimbingan dan pengarahan dalam proses penyelesaian skripsi ini.
3. Bapak Hardy, S.Kom., M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Mikroskil Medan.
4. Ms. Agustina S.Kom., M.Si., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan.
5. Ms. Suci Pertiwi S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil Medan.
6. Ms. Naca Perangin-Angin, S.M., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil Medan.
7. Ms. Naca Perangin-Angin, S.M., M.Si., Dosen Wali yang telah memberikan arahan kepada penulis untuk menyelesaikan studi ini.
8. Dosen-dosen Universitas Mikroskil yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis.



9. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang telah penulis bagikan sehingga penulis dapat mengolah data dan menyelesaikan skripsi ini.
10. Orang tua, anggota keluarga, sahabat, serta teman-teman seangkatan yang terus memberikan dukungan dan masukan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini.
11. Teman-teman satu bimbingan skripsi yang telah berjuang bersama-sama penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung selama proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan pada skripsi ini. Oleh sebab itu, kritik dan saran yang bersifat membangun akan sangat diharapkan guna untuk menyempurnakan penelitian di masa yang akan datang. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

Medan,  
Penulis,

Angelina  
Bela Salim

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Ruang Lingkup.....	5
1.4 Tujuan.....	5
1.5 Manfaat.....	6
1.6 Originalitas Penelitian .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Pemasaran .....	8
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	11
2.1.3 Minat Beli .....	15
2.1.4 Kualitas Produk.....	17
2.1.5 Citra Merek .....	20
2.1.6 Harga.....	22
2.2 Review Peneliti Terdahulu .....	26
2.3 Kerangka Konseptual .....	31
2.4 Pengembangan Hipotesis .....	33
2.4.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	34
2.4.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	34

2.4.3	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	35
2.4.4	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli.....	35
2.4.5	Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli .....	36
2.4.6	Pengaruh Harga terhadap Minat Beli.....	36
2.4.7	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli .....	37
2.4.8	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli.....	37
2.4.9	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli.....	38
2.4.10	Pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian.....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN / TAHAPAN PELAKSANAAN.....</b>		<b>40</b>
3.1	Jenis Penelitian.....	40
3.2	Subjek dan Objek Penelitian .....	40
3.3	Jenis Data Penelitian .....	40
3.4	Data Sekunder .....	41
3.5	Populasi dan Sampel .....	41
3.5.1	Populasi.....	41
3.5.2	Sampel.....	42
3.6	Definisi Operasional Variabel.....	43
3.7	Metode Analisis Data .....	45
3.7.1	Statistik Deskriptif .....	45
3.7.2	Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	46
3.7.3	Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	47
3.7.4	Uji Hipotesis .....	48
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAAN.....</b>		<b>50</b>
4.1	Hasil .....	50
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	50

4.1.2 Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner.....	53
4.1.3 Gambaran Umum Responden .....	54
4.1.4 Statistik Deskriptif.....	56
4.1.5 Hasil Analisis Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	61
4.1.6 Hasil Analisis Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	69
4.2 Pembahasan.....	75
4.2.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	75
4.2.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	76
4.2.3 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	78
4.2.4 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli.....	79
4.2.5 Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli .....	80
4.2.6 Pengaruh Harga terhadap Minat Beli.....	81
4.2.7 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi oleh Minat Beli .....	82
4.2.8 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi oleh Minat Beli .....	83
4.2.9 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi oleh Minat Beli .....	84
4.2.10 Pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian.....	86
<b>BAB V.....</b>	<b>88</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>88</b>
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran.....	89
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>90</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>101</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Komplain Pelanggan (Kualitas Produk).....	2
Gambar 1. 2 Komplain Pelanggan (Harga).....	3
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....	33
Gambar 3. 1 Alur Analisis Mediasi.....	48
Gambar 4. 1 Stuktur Organisasi .....	52
Gambar 4. 2 Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	61
Gambar 4. 3 Model Struktural ( <i>Inner model</i> ) .....	69



UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Review Peneliti Terdahulu.....	29
Tabel 3. 1 Bobot Kuesioner .....	41
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	43
Tabel 4. 1 Rincian Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner.....	53
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	54
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	55
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	55
Tabel 4. 5 Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X1) .....	56
Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel Citra Merek (X2).....	57
Tabel 4. 7 Deskripsi Variabel Harga (X3) .....	58
Tabel 4. 8 Deskripsi Variabel Minat Beli (Z) .....	59
Tabel 4. 9 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	60
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian <i>Loading Factor</i> .....	62
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	63
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i> .....	64
Tabel 4. 13 Hasil Pengujian <i>Fornell-Larcker</i> .....	66
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (HTMT)</i> .....	67
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> .....	67
Tabel 4. 16 Hasil Pengujian <i>Cronbach's Alpha</i> .....	68
Tabel 4. 17 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	70
Tabel 4. 18 Hasil Pengujian Relevansi Prediktif ( $Q^2$ ).....	70
Tabel 4. 19 Hasil Uji <i>Path Coefficient (Direct Effect)</i> .....	71
Tabel 4. 20 Hasil Uji Tidak Langsung ( <i>Specific Indirect Effect</i> ).....	74