



PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI TIGER SUGAR (STUDI PADA KONSUMEN DI TIGER SUGAR JAKARTA)

Oleh :

Nama : Winnie Kurniawan

NIM : 28160372

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen
Konsentrasi Manajemen Pemasaran



INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

Januari 2020

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI TIGER SUGAR (STUDI PADA KONSUMEN DI TIGER SUGAR MALL KELAPA GADING)

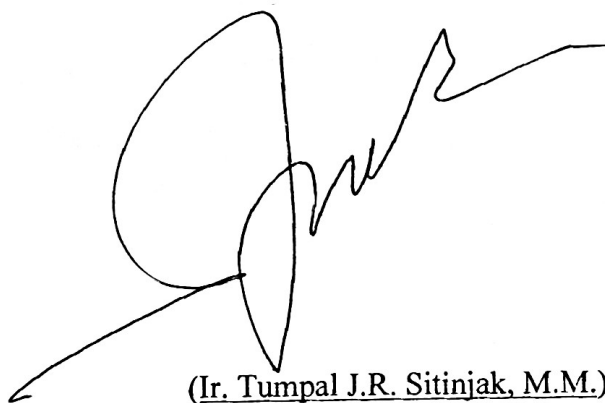
Diajukan Oleh:

Nama : Winnie Kurniawan
NIM : 28160372

Jakarta, 24 Januari 2020

Disetujui Oleh:

Pembimbing



(Ir. Tumpal J.R. Sitinjak, M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2020

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

ABSTRAK

Winnie Kurniawan / 2020 / Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tiger Sugar di Jakarta / Pembimbing : Ir. Tumpu J.R. Sitinjak, M.M.

Tiger Sugar adalah salah satu gerai minuman yang berasal dari Taiwan yang pertama kali memperkenalkan minuman *Brown Sugar*, minuman ini terinspirasi oleh manis legendaris khas Taiwan. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana kualitas produk, harga, dan citra merek mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan Tiger Sugar di Jakarta.

Teori yang digunakan adalah teori Kotler dan Armstrong, dengan teori milik Schiffman dan Wisenblit yang menjelaskan definisi dari kualitas produk, lalu teori Kotler dan Armstrong digunakan untuk menjelaskan definisi dari harga bersama dengan teori milik Kotler dan Keller, lalu teori Kotler dan Keller dan juga teori milik Schiffman dan Wisenblit yang menjelaskan definisi dari citra merek. Sedangkan teori keputusan pembelian pelanggan dijelaskan menggunakan teori Kotler dan Keller serta teori Kotler dan Armstrong. Hipotesis yang muncul dari kerangka pemikiran ini adalah kualitas produk, harga, dan citra merek masing masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan.

Objek penelitian ini adalah Tiger Sugar di Jakarta. Teknik pengambilan sample non-probability sampling dengan menggunakan *judgement sampling*, dengan ukuran sampel 100. Teknik analisis data dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas, analisis deskriptif, serta analisis regresi ganda. Data diolah menggunakan SPSS 24.

Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, dan citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pelanggan. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa semakin baik kualitas produk maka semakin besar pengaruhnya dalam keputusan pembelian pelanggan, semakin sesuai harga yang ditetapkan maka semakin tinggi pengaruhnya dalam keputusan pembelian pelanggan, dan semakin baik citra merek maka semakin meningkat pula pengaruhnya dalam keputusan pembelian pelanggan.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah kualitas produk, harga, dan citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pelanggan Tiger Sugar. Dengan variabel harga yang memiliki pengaruh lebih besar dibandingkan kualitas produk dan citra merek. Menurut hasil penelitian sebaiknya perusahaan mempertahankan kualitas produk dan citra merek yang ada, dan juga melakukan analisis yang baik jika ingin melakukan pengendalian atau penyesuaian harga.





ABSTRACT



Winnie Kurniawan / 2020 / Influence of Product Quality, Price, and Brand Image on Customer Buying Decision of Tiger Sugar in Jakarta / Advisor : Ir. Tumpal J.R. Sitinjan, M.M.

Tiger Sugar is one of the many bubble tea shops that originally comes from Taiwan who was the first shop that introduce the Brown Sugar beverage, this drink is inspired by a legendary Taiwanese sweet snack. The goal of this research is to understand how the influence of the product quality, price, and brand image can affect the customer's buying decision of Tiger Sugar in Jakarta.

The theory used in defining the aspect of product quality is the theory by Kotler and Armstrong also with theory from Schiffman and Wisenblit, also used in defining the aspect of price is the theory by Kotler and Armstrong with theory by Kotler and Keller, while the theory used in defining the aspect of brand image is a theory by Kotler and Keller with theory by Schiffman and Wisenblit. And lastly, the theory used in defining the buying decision is theory by Kotler and Keller with Kotler and Armstrong. The Hypothesis which is derived from the framework is that the product quality, price, and brand image all have a positive and significant effect on customer's buying decision.

The object of this research is the Tiger Sugar shops in Jakarta. The technique used in this research is non-probability sampling with judgement sampling, with a sample size of 100 respondents. The technique used for data analysis is validity and reliability, descriptive analysis, and multiple regression analysis. Data is processed using SPSS 24.

The results of the analysis shows that product quality, price, and brand image all have a positive effect towards the customer's buying decision. Thus it can be stated that the better the quality of a product then the bigger effect it will have on customer's buying decision, the more appropriate a price is then the bigger effect it will have on customer's buying decision, and the better the brand image then the bigger effect it will have on customer's buying decision.

The conclusion of this research is that the product quality, price, and brand image are given to have a positive effect on customer's buying decision on purchasing Tiger Sugar. With the price variable having a greater influence than product quality and brand image. According to the results of this research, the company should maintain the existing product quality and brand image, and also do a suitable price analysis if they want to change or adjust the price of their product.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang. 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber. a. Penulisan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG. 2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan kasih-Nya sehingga peneliti dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat pada waktunya.

Peneliti juga menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, petunjuk, dorongan semangat dan doa dari semua pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini. Secara khusus, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Tumpal J.R. Sitinjak sebagai dosen pembimbing skripsi yang senantiasa memberikan semangat, dukungan, kritik dan saran yang membuka wawasan peneliti dalam melakukan penelitian untuk skripsi ini.
2. Seluruh Dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mengajarkan dan memberikan ilmu pengetahuannya kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyusun skripsi ini.
3. Keluarga peneliti yang memberikan perhatian dan semangat selama proses penyusunan skripsi berlangsung.
4. Kepada sahabat-sahabat yang selama proses menulis, menjadi pendukung dan konsultan yang banyak memberikan masukan bagi peneliti.

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Instytut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR ISI

PENGSAHAN.....	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Batasan Masalah.....	7
D. Batasan Penelitian.....	7
E. Rumusan Masalah.....	7
F. Tujuan Penelitian.....	8
G. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II.....	9
KAJIAN PUSTAKA.....	9
A. Landasan Teori.....	9
1. Produk.....	9
2. Kualitas Produk.....	10
3. Harga.....	13
4. Citra Merek.....	20
5. Keputusan Pembelian.....	22

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Tidak Boleh Ditirukan, Uraikan, dan Dikembangkan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber;

a. Penulisan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



B. Penelitian Terdahulu.....	28
C. Kerangka Pemikiran.....	29
D. Hipotesis Penelitian.....	31
BAB 2.....	32
METODE PENELITIAN.....	32
A. Objek Penelitian.....	32
B. Desain Penelitian.....	32
C. Variabel Penelitian dan Pengukurannya.....	33
D. Teknik Pengambilan Sampel.....	37
E. Teknik Pengumpulan Data.....	38
F. Teknik Analisis Data.....	38
BAB 3.....	44
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	44
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	44
B. Hasil Analisis.....	45
1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	45
2. Analisis Deskriptif.....	46
3. Analisis Regresi Ganda.....	50
C. Pembahasan.....	55
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	55
2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	56
3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	57
BAB 4.....	59
SIMPULAN DAN SARAN.....	59
A. Simpulan.....	59



B. Saran.....60

DAFTAR PUSTAKA.....61

LAMPIRAN.....63

HAK CIPTA MILIK IBI KKG (INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Daftar harga minuman-minuman Brown Sugar.....	4
Tabel 1	Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 1	Desain Penelitian.....	32
Tabel 2	Dimensi dan Indikator dari Kualitas Produk.....	33
Tabel 3	Dimensi dan Indikator dari Harga.....	34
Tabel 4	Dimensi dan Indikator dari Citra Merek.....	35
Tabel 5	Dimensi dan Indikator dari Keputusan Pembelian.....	36
Tabel 6	Rentang Skala.....	40
Tabel 1	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	45
Tabel 2	Mean Kualitas Produk.....	46
Tabel 3	Mean Harga.....	47
Tabel 4	Mean Citra Merek.....	48
Tabel 5	Mean Keputusan Pembelian.....	49
Tabel 4.6	Persamaan Regresi.....	50
Tabel 7	Uji Normalitas.....	51
Tabel 8	Uji Multikolinieritas.....	51
Tabel 9	Uji Otokorelasi.....	52
Tabel 10	Uji Heteroskedastisitas.....	53
Tabel 11	Hasil Uji F.....	53
Tabel 12	Hasil Uji t.....	54

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik-Kian Gie)



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa menghantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR GAMBAR

	Gambar 1.1	1
	Gambar 1.2	3
	Gambar 2.1	24
	Gambar 2.2	26
	Gambar 2.3	31
	Gambar 3.1	41

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner.....	63
Lampiran 2 : Jawaban Responden.....	65
Lampiran 3 : Uji Validitas dan Reliabilitas.....	68
Lampiran 4 : Mean.....	70
Lampiran 5 : Selang Kepercayaan.....	71
Lampiran 6 : Uji Analisis Regresi Ganda.....	72
Lampiran 7 : Uji Normalitas.....	72
Lampiran 8 : Uji Multikolinieritas.....	73
Lampiran 9 : Uji Otokorelasi.....	73
Lampiran 10 : Uji Heteroskedastisitas.....	73
Lampiran 11: Uji F.....	74
Lampiran 12 : Uji t.....	74

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.