

Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga  
Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada  
Produk Air Minum Le Minerale di Surabaya Utara

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh  
Gelar sarjana Manajemen



Oleh :

Fatimah Az Zahroh (19420103)

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis**  
**Universitas Wijaya Kusuma Surabaya**  
**2023**

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fatimah Az Zahroh

NPM : 19420103

Alamat : Jl. Tambak Geringsing Baru Blok 2/Gg 1/No. 6, Surabaya, Jawa Timur

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Air Minum Le Minerale Di Surabaya Utara” bukan merupakan plagiasi atau saduran dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benar nya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 22 Februari 2023

Yang membuat pernyataan



(Fatimah Az Zahroh)

19420103

SKRIPSI  
PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK  
AIR MINUM LE MINERALE DI SURABAYA UTARA

Diajukan Oleh :  
FATIMAH AZ ZAHROH  
NPM : 19420103

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING

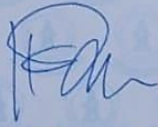


MATHEOUS TAMONSANG, SE., M.Si.

Tanggal, 11 Januari 2023

NIK/NIP. 93208-ET

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. KRISTININGSIH, SE., M.Si

Tanggal, 12 Januari 2023

NIK/NIP. 98283-ET

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK  
AIR MINUM LE MINERALE DI SURABAYA UTARA

Diajukan Oleh:

FATIMAH AZ ZAHROH

NPM : 19420103

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama

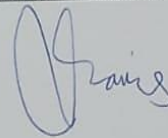


Matheous Tamonsang, SE., M.Si

Anggota Dewan Penguji Lain



Dr. Dwi Bhakti Iriantini, SE., M.Si

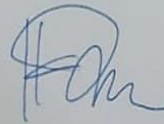


Evianah, SE., M.Si

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tanggal 26 Januari 2023



Dr. Kristiningsih, SE., M.Si

Ketua Program Studi Manajemen

## **KATA PENGANTAR**

Dengan segala puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkah, rahmat dan hidayahnya yang senantiasa dilimpahkan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Air Minum Le Minerale Di Surabaya Utara” sebagai syarat untuk menyelesaikan Program sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Dengan segala kelebihan dan kekurangan yang penulis miliki, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang terkait. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis memperoleh bimbingan, dukungan serta bantuan secara moral maupun spiritual. Untuk itu penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, dr. Sp. THT-KL(K), FICS, selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM., M.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Matheous Tamonsang, SE., MSi selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan saran, dan arahan kepada penulis, sehingga membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.

4. Djojo Dihadjo, SE. MM. MAk selaku Dosen Wali yang telah memberikan dukungan pengarahan selama masa perkuliahan.
5. Seluruh jajaran Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah membantu segala hal dalam proses perkuliahan.
6. Seluruh responden yang telah bersedia membantu dan meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner.
7. Kedua orang tua yaitu, Ayah Muhammad Yusuf, Ibu Tutik Sulianah dan adik saya Kamel Murtadho serta Nabila M. Yusuf yang telah memberikan dukungan kasih sayang dan doa selama proses pembuatan skripsi.
8. Teman seperjuangan saya Nilam Sukma Cahyani, Nadya Emelia Sandra, dan Tiara Rheviana yang selalu memberikan dukungan, menemani, dan selalu membantu dalam penyelesaian skripsi.
9. Sahabat saya Regita Chintya Ayuni dan Jihan Friste yang telah memberikan dukungan, doa, dan semangat yang tiada henti selama penyelesaian skripsi.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu memberikan dukungan dan doa kepada saya.

Mohon maaf atas segala kesalahan yang pernah dilakukan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk mendorong penelitian-penelitian selanjutnya.

Surabaya, Januari 2022

Fatimah Az Zahroh

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN SUSUNAN DEWAN PENGUJI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
ABSTRAK.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II TELAAH PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori .....	8
2.1.1 pemasaran .....	8
2.1.2 Bauran Pemasaran .....	8
2.1.3 Kualitas produk .....	10
2.1.3.1 Pengertian kualitas produk .....	11
2.1.3.2 Faktor-faktor kualitas produk .....	12

2.1.4 Citra Merek.....	12
2.1.4.1 Pengertian citra merek .....	12
2.1.4.2 Faktor-faktor citra merek .....	13
2.1.5 Harga .....	13
2.1.5.1 Pengertian Harga .....	13
2.1.5.2 Peranan harga .....	14
2.1.5.3 Tujuan penetapan harga .....	15
2.1.6 Keputusan Pembelian Konsumen .....	16
2.1.6.1 Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen .....	16
2.1.6.2 Faktor Keputusan pembelian konsumen .....	17
2.1.6.3 Tahap-tahap Keputusan Pembelian Konsumen .....	18
2.2 Hubungan Variabel .....	20
2.2.1 Pengaruh Kualitas Produk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	20
2.2.2 Pengaruh Citra Merek (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	20
2.2.3 Pengaruh Harga (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	21
2.3 Penelitian Sebelumnya .....	21
2.4 Hipotesis .....	23
2.5 Model Analisis .....	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Pendekatan Penelitian .....	25



3.2 Populasi dan Sampel .....	25
3.2.1 Populasi .....	25
3.2.2 Sampel .....	25
3.3 Indentifikasi Variabel .....	26
3.4 Definisi Operasional .....	27
3.5 Jenis dan Sumber Data .....	29
3.5.1 Jenis Data .....	29
3.5.2 Sumber Data .....	29
3.6 Prosedur Pengumpulan Data .....	30
3.7 Teknik Analisa Data .....	30
3.7.1 Uji Instrumen .....	31
3.7.1.1 Uji Validitas .....	31
3.7.1.2 Uji Reliabilitas .....	31
3.7.2 Uji Model .....	31
3.7.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda .....	31
3.7.3 Uji Hipotesis .....	32
3.7.3.1 Uji Simultan (Uji F) .....	32
3.7.3.2 Uji Parsial (Uji t) .....	33
3.7.3.3 Uji Dominan .....	34
3.7.3.4 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	34
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>35</b>
4.1 Gambaran Umum Subyek Penelitian .....	35

4.1.1 Sejarah Le Minerale .....	35
4.2 Hasil Penelitian .....	36
4.2.1 Pelaksanaan Penelitian .....	36
4.2.2 Karakteristik Responden Penelitian .....	36
4.2.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	36
4.2.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	37
4.2.3 Hasil Tanggapan Responden .....	37
4.2.3.1 Variabel Kualitas Produk (X1) .....	39
4.2.3.2 Variabel Citra Merek (X2) .....	40
4.2.3.3 Variabel Harga (X3) .....	40
4.2.3.4 Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	41
4.3 Hasil Uji Instrumen .....	42
4.3.1 Hasil Uji Validitas .....	42
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	44
4.4 Hasil Uji Model .....	45
4.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda .....	45
4.5 Hasil Uji Hipotesis .....	47
4.5.1 Hasil Uji Secara Simultan (Uji F) .....	47
4.5.2 Hasil Uji Secara Parsial (Uji t) .....	50
4.5.3 Hasil Dominan .....	52
4.5.4 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	53
4.6 Pembahasan .....	54
BAB V SIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN .....	56
5.1 Simpulan .....	56
5.2 Saran .....	56
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	58
DAFTAR PUSTAKA .....	59
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Award Fase 2 Le Minerale tahun 2020 – 2021 .....	3
Tabel 1.2 Top Brand Award Fase 2 Le Minerale tahun 2022 .....	3
Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya .....	21
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	36
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	37
Tabel 4.3 Tanggapan responden terhadap variabel kualitas produk (X1) .....	39
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap variabel Citra Merek (X2) .....	40
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga (X3) .....	40
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y) ..	41
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Kualitas produk (X1) .....	42
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Citra Merek (X2) .....	43
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Harga (X3) .....	43
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y) .....	43
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas .....	44
Tabel 4.12 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	46
Tabel 4.13 Hasil Uji F .....	48
Tabel 4.14 Hasil Uji t .....	49
Tabel 4.15 Hasil Uji Dominan .....	52
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	53

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Lima Tahap Proses Pembelian .....	18
Gambar 2.2 Model Analisis .....	24
Gambar 4.1 Kurva Distribusi Uji F .....	48
Gambar 4.2 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Kualitas Produk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	50
Gambar 4.3 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Citra Merek (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	50
Gambar 4.4 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Harga (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	51

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 : Kuesioner

Lampiran 2 : Input SPSS

Lampiran 3 : Output SPSS

Lampiran 4 : Daftar Tabel F dan Daftar Tabel T

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mencari bagaimana keputusan pembelian konsumen terhadap produk air minum Le Minerale di Surabaya Utara yang dipengaruhi oleh kualitas produk, citra merek, dan harga.. Sampel penelitian ini sebanyak 109 responden. Teknik non-probabilitas menggunakan jenis purposive sampling dengan kriteria yang telah ditentukan digunakan untuk melakukan pengambilan sampel. Teknik regresi linier berganda digunakan dalam analisis data dengan SPSS. Uji validitas dan uji reliabilitas merupakan alat uji untuk mengevaluasi instrumen penelitian ini. Uji t, uji F, uji dominasi, dan uji koefisien determinasi digunakan untuk pengujian hipotesis sementara ( $R^2$ ). hasil penelitian ini adalah produk (X1) dan harga (X3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). sedangkan citra merek (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Ketiga variabel bebas yaitu kualitas produk (X1), citra merek (X2), dan harga (X3) memberikan kontribusi atau pengaruh sebesar 57,4% terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) untuk produk air minum Le Minerale di Surabaya Utara menurut uji koefisien determinasi R Square ( $R^2$ ) sebesar 0,574 atau 57,4%. Sementara faktor tambahan yang tidak dipertimbangkan dalam model penelitian menyumbang 42,6% sisanya dari varians.

**Kata kunci : Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, dan Keputusan Pembelian**

## **ABSTRACT**

*This study aims to find out how consumer purchasing decisions for Le Minerale drinking water products in North Surabaya are influenced by product quality, brand image, and price. The sample of this study was 109 respondents. The non-probability technique uses purposive sampling with predetermined criteria used to carry out sampling. Multiple linear regression technique was used in data analysis with SPSS. Validity test and reliability test are test tools to evaluate this research instrument. The t test, F test, dominance test, and the coefficient of determination test are used to test the provisional hypothesis ( $R^2$ ). the results of this study are product (X1) and price (X3) have a significant effect on purchasing decisions (Y). while brand image (X2) has no significant effect on purchasing decisions (Y). The three independent variables, namely product quality (X1), brand image (X2), and price (X3) contribute or influence 57.4% to consumer purchasing decisions (Y) for Le Minerale drinking water products in North Surabaya according to the coefficient of determination test R Square ( $R^2$ ) of 0.574 or 57.4%. While additional factors not considered in the research model accounted for the remaining 42.6% of the variance.*

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