

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK INDOMIE**

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya
Kusuma Surabaya)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen**



Oleh :
Laili Nur Mahmudah
NPM : 18420107

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA
SURABAYA**

2022

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Laili Nur Mahmudah

NPM : 18420107

Alamat : Greges Barat Gang Dalam No. 134

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan skripsi dengan judul **“PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK INDOMIE PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA”** adalah benar-benar karya saya sendiri dan bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya,.....2022

Yang membuat pernyataan



(Laili Nur Mahmudah)

NPM : 18420107

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK INDOMIE

(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya
Kusuma Surabaya)

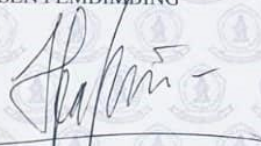
Diajukan oleh :

LAILI NUR MAHMUDAH

NPM 18420107

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Tri Tjahjo Poernomo, SE, MM.

Tanggal, 24 Januari 2022

NIK/NIP. 03381 – ET

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Kristiningsih, SE, M.Si

Tanggal, 24 Januari 2022

NIK/NIP. 98283 – ET

SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK INDOMIE

(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univeritas Wijaya Kusuma
Surabaya)

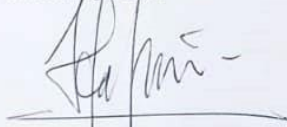
Dipersiapkan dan disusun oleh :

Laili Nur Mahmudah

NPM : 18420107

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama



Tri Tjahjo Poernomo, SE, MM.

Ketua Tim Penguji



Dwi Indah Mustikorini, SE, MM.

Anggota Tim Penguji



Matheous Tumonsang, SE, MSi

Skripsi telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi
Tanggal : 26 Januari 2022



Dr. Kristiningsih, SE, M.Si
Ketua Program Studi Manajemen

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmatnya maka skripsi yang berjudul “PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK INDOMIE PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA” dapat saya selesaikan dengan baik. Penulis skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada S-1 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan, hal ini disebabkan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis. Untuk itu kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini. Terima kasih yang mendalam penulis persembahkan untuk:

1. Bapak Prof. Dr. H Widodo Ario Kentjono, dr. Sp. HTH-KL(K), FICS selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM, M.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Kristiningsih, SE., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

4. Bapak Tri Tjahjo Poernomo, SE.,MM. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bantuan serta bimbingan selama skripsi sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak Drs. Ec. Rudi Pratono, Ak., MM.CA. selaku Dosen Wali yang sudah membantu mengarahkan selama melaksanakan studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
6. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu dan pengajaran selama studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
7. Kedua orang tua (Na'im dan Nunik) selaku ayah dan ibu serta Alfi adik perempuan saya yang selalu memberikan dukungan, doa serta bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman kelas pagi Yunita, Ine, Lelly, dan lain-lain yang telah mensupport dan membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Wulandari, Venia, Lisa, Erina dan teman-teman lain yang sudah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Sahabat-sahabat Manajemen F dan Manajemen G yang saling memberikan dukungan serta informasi dalam mengerjakan skripsi dan selama masa perkuliahan.
11. Seluruh responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner dan atas kerjasamanya dalam kelancaran penulisan skripsi ini.
12. Serta semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan segala bentuk saran dan kritik serta masukan yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.

Surabaya. 25 Januari 2022

Penulis

Laili Nur Mahmudah

DAFTAR ISI

COVER	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Masalah	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Skripsi	8
BAB 2 TELAAH PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran	9
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	10
2.1.3 Konsep Pemasaran	11
2.1.4 Citra Merek.....	12
2.1.4.1 Pengertian Citra Merek	12
2.1.4.2 Indikator Citra Merek	13
2.1.4.3 Faktor Pembentuk Citra Merek	14
2.1.4.4 Dimensi Citra Merek	15
2.1.5 Kualitas Produk.....	16
2.1.5.1 Pengertian Kualitas Produk.....	16
2.1.5.2 Indikator Kualitas Produk	17
2.1.6 Harga.....	19

2.1.6.1	Pengertian Harga	19
2.1.6.2	Tujuan Penetapan Harga	20
2.1.6.3	Indikator Harga.....	21
2.1.6.4	Peranan Harga	22
2.1.7	Keputusan Pembelian.....	23
2.1.7.1	Pengertian Keputusan Pembelian	23
2.1.7.2	Indikator Keputusan Pembelian	24
2.1.7.3	Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	25
2.2	Penelitian Sebelumnya.....	26
2.3	Hipotesis dan Model Analisis	33
2.3.1	Hipotesis	33
2.3.2	Model Analisis	34
BAB III	METODE PENELITIAN	35
3.1	Pendekatan Penelitian	35
3.2	Populasi dan Sampel.....	35
3.2.1	Populasi	35
3.2.2	Sampel.....	36
3.3	Identifikasi Variabel	37
3.4	Definisi Operasional Variabel	38
3.5	Jenis dan Sumber Data.....	40
3.5.1	Jenis Data	40
3.5.2	Sumber Data	41
3.6	Prosedur Pengumpulan Data	42
3.7	Teknik Analisis.....	42
3.7.1	Uji Instrumen.....	43
3.7.1.1	Uji Validitas	43
3.7.1.2	Uji Reliabilitas	44
3.7.2	Analisis Regresi Linier Berganda	44
3.7.3	Skala Pengukuran Likert	45
3.7.4	Uji Hipotesis	46
3.7.4.1	Uji F.....	46
3.7.4.2	Uji T.....	48

3.7.4.3 Koefisien Determinasi (R^2)	49
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	51
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	51
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	60
4.1.1 Struktur Organisasi Perusahaan	61
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	65
4.2.1 Deskripsi Identitas Responden	65
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian	68
4.3 Analisis Model	76
4.3.1 Uji Instrumen	76
4.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda	81
4.3.3 Uji Hipotesis	83
4.4 Pembahasan	86
4.4.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	86
4.4.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	86
4.4.3 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	87
4.4.4 Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian	87
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	88
5.1 Kesimpulan	88
5.1 Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	90

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Daftar konsumen mie instan di dunia.....	2
Tabel 1.2 : Top Brand Index Mie Instan.....	4
Tabel 2.1 : Penelitian Sebelumnya	26
Tabel 3.1 : Ketentuan pemberian skor	46
Tabel 4.1 : Presentase responden berdasarkan program studi.....	66
Tabel 4.2 : Presentase responden berdasarkan Angkatan	67
Tabel 4.3 : Kategori rata-rata masing-masing variabel.....	68
Tabel 4.4 : Analisis deskriptif variabel citra merek (X1).....	69
Tabel 4.5 : Analisis deskriptif variabel kualitas produk (X2)	71
Tabel 4.6 : Analisis deskriptif variabel harga (X3)	73
Tabel 4.7 : Analisis deskriptif variabel keputusan pembelian (Y)	75
Tabel 4.8 : Hasil pengujian validitas variabel citra merek (X1).....	77
Tabel 4.9 : Hasil pengujian validitas variabel kualitas produk (X2)	78
Tabel 4.10 : Hasil pengujian validitas variabel harga (X3)	78
Tabel 4.11 : Hasil pengujian validitas variabel keputusan pembelian (Y)	79
Tabel 4.12 : Hasil pengujian reliabilitas	80
Tabel 4.13 : Hasil analisis regresi linier berganda.....	81
Tabel 4.14 : Hasil Uji F.....	83
Tabel 4.15 : Hasil Uji T	84
Tabel 4.16 : Hasil koefisien determinasi (R^2)	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Kerangka Konseptual.....	34
Gambar 4.1 : Stuktur Organisasi Perusahaan Indofood.....	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner.....	92
Lampiran 2 : Input Data SPS.....	98
Lampiran 3 : Hasil Output Uji Validitas	114
Lampiran 4 : Hasil Output Uji Reliabilitas	119
Lampiran 5 : Hasil Output Uji Regresi Linier Berganda	131
Lampiran 6 : Hasil Output Uji F dan Uji T	133
Lampiran 7 : Hasil Output Uji Determinasi (R^2).....	136
Lampiran 8 : Tabel Pengujian Nilai F dan T	138

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indomie Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Variabel bebas terdiri dari Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga sedangkan variabel terikat adalah Keputusan Pembelian. Dalam penelitian ini metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif, populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya dan sampel yang digunakan yaitu 97 responden dengan metode *nonprobability sampling* dengan prosedur *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan bantuan SPSS 20. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek, kualitas produk, dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Indomie pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Citra merek berpengaruh namun tidak signifikan sedangkan kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan.

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

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Brand Image, Product Quality, and Price on Indomie Product Purchase Decisions for Students of the Faculty of Economics and Business, Wijaya Kusuma University, Surabaya. The independent variables consist of Brand Image, Product Quality, and Price, while the dependent variable is Purchase Decision. In this research, the method used is quantitative method, the population in this study are all active students of the Faculty of Economics and Business, Wijaya Kusuma University, Surabaya and the sample used is 97 respondents with non-probability sampling method with purposive sampling procedure. The analytical method used is multiple linear regression with the help of SPSS 20. The results of this study indicate that brand image, product quality, and price together have a significant effect on purchasing decisions for Indomie products for students of the Faculty of Economics and Business, Wijaya Kusuma University, Surabaya. Brand image has an effect but not significant while product quality and price have a significant effect.

Key Word : Brand Image, Product Quality, Price, Purchase Decision