

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SUSU CAIR
KEMASAN SIAP MINUM FRISIAN FLAG**

(Pada Konsumen Di Toko Hegar Cikarang)



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA**

2022

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SUSU CAIR KEMASAN SIAP
MINUM FRISIAN FLAG**

(Pada Konsumen Di Toko Hegar)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar SARJANA

MANAJEMEN

Program Studi Manajemen Strata-1



OLEH:

NAMA : DESI PUTPIYASI

NIM : 0416015031252230

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA**

2022

**THE EFFECT OF QUALITY OF PRODUCT, PRICE, AND BRAND
IMAGE ON THE PURCHASE DECISIONS OF READY TO DRINK MILK
PACKAGE FRISIAN FLAG
(Case Study of Consumer In Hegar Store)**

THESIS

The Study Program: Management



BY:

NAME : DESI PUTPIYASI

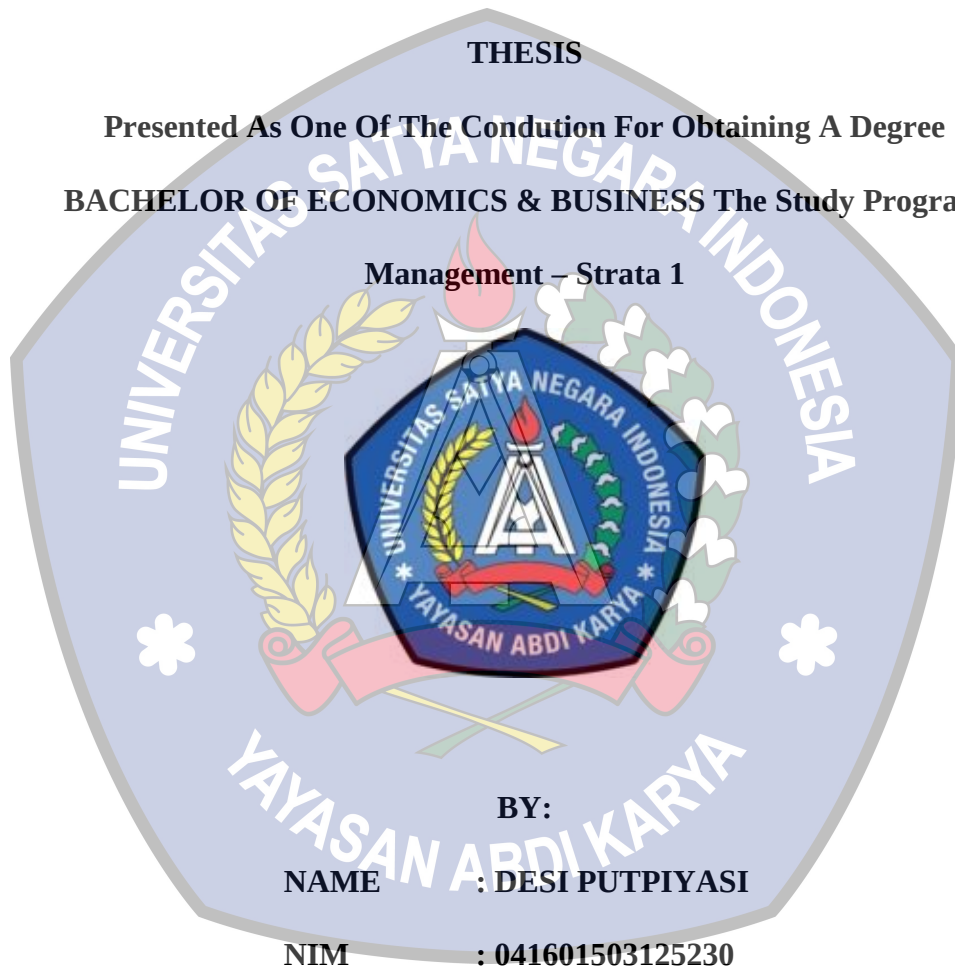
NIM : 041601503125230

**FACULTY ECONOMICS AND BUSINESS
SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY
JAKARTA
2022**

**THE EFFECT OF QUALITY OF PRODUCT, PRICE, AND BRAND
IMAGE ON THE PURCHASE DECISIONS OF READY TO DRINK MILK
PACKAGE FRISIAN FLAG
(Case Study of Consumer In Hegar Store)**

THESIS

**Presented As One Of The Conduction For Obtaining A Degree
BACHELOR OF ECONOMICS & BUSINESS The Study Program
Management – Strata 1**



BY:

NAME : DESI PUTPIYASI

NIM : 041601503125230

**FACULTY ECONOMICS AND BUSINESS
SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY
JAKARTA**

2022

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Desi Putpiyasi

NIM : 041601503125230

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri dan seluruh isi skripsi menjadi tanggung jawab saya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 22 Febuari 2022



(Desi Putpiyasi)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Desi Putpiyasi

NIM : 041601503125230

JURUSAN : Manajemen

KONSENTRASI : Pemasaran

JUDUL SKRIPSI : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SUSU CAIR
KEMASAN SIAP MINUM FRISIAN FLAG (PADA KONSUMEN DI
TOKO HEGAR CIKARANG)**

TANGGAL UJIAN: 22 Februari 2022

Jakarta, 22 Februari 2022

Dosen Pembimbing II

Dosen Pembimbing I

(Dr. Agus Fauzi, SE., M.Si)

(Agus Wahyono, SE., MM)

Dekan

Ketua Jurusan

(GL. Hery Prasetya SE., MM)

(Yuslinda Nasution, SE., MM)

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI
PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SUSU CAIR KEMASAN SIAP
MINUM FRISIAN FLAG
(Pada Konsumen Di Toko Hegar Cikarang)



Anggota Penguji I

(Dr. Edi Siregar, S.Pd., S.Mn., MM)

Anggota Penguji II

(Dr. Arifin Siagian, S.E., MM)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia yang telah diberikan kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: **PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK PTERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SUSU CAIR KEMASAN SIAP MINUM FRISIAN FLAG (Pada konsumen di toko Hegar)**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Satya Negara Indonesia. Penulis dengan senang hati akan menyampaikan rasa terima kasih ke beberapa pihak yang dirasa memberikan kontribusi baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyelesaian skripsi ini dari awal sampai berhasil terselesaikan.

Dengan segala rasa hormat dan kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Satya Negara Indonesia, Dra. Merry L. Panjaitan, MM, MBA.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Satya Negara Indonesia, GL. Hery Prasetya, SE, MM.
3. Ketua Jurusan Manajemen Ibu Yuslinda Nasution SE, MM.
4. Bapak Agus Wahyono SE, MM, selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan pengarahan dan membimbing penulis dari awal hingga skripsi ini terselesaikan.
5. Bapak Dr. Agus Fauzi SE, M.Si, selaku Dosen Pembimbing II yang memberikan saran kepada penulis dalam penyusunan skripsi.
6. Bapak, ibu Dosen Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
7. Seluruh anggota keluarga penulis, terutama suami saya tercinta Fachry Ahmad dan anak saya tercinta Eleno Ahmad yang selalu memberikan dukungan dan mendengarkan keluh kesah penulis, Umi dan Aa saya serta keluarga terimakasih atas doa dan kasih sayang yang tiada hentinya.

8. Teman-teman penulis Septian Budiantoro, Devita dan Nurhayati yang telah banyak membantu penulis dan memberikan semangat.
9. Teman-teman seperjuangan Febri, Windy, Shilvi, Nanda, Vinda, Julita, Lukita, Surya, Cherin, Noel yang telah bersama-sama dari semester awal sampai sekarang dan melaksanakan berbagai kegiatan dan selalu memberikan semangat sampai akhir penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
10. Semua teman-teman fakultas ekonomi yang memperjuangkan skripsi ini. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, untuk itu penulis dengan senang hati menerima berbagai masukan, saran, kritik yang membangun sehingga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan ilmu pengetahuan bagi kita semua. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, besar harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan. Akhir kata semoga Allah swt. membalas segala langkah kebaikan yang kita lakukan dan menjadi amal ibadah untuk kita.

Jakarta, 22 Februari 2022

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian susu cair kemasan siap minum Frisian Flag Pada konsumen di toko Hegar Cikarang. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian susu di Toko Hegar Cikarang dan sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Desain penelitian ini menggunakan metode kausal. Teknik sampling menggunakan accidental sampling. Metode pengolahan data dalam penelitian ini adalah uji deskriptif asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji f, uji t dan uji koefisien determinasi dengan bantuan software SPSS 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan (uji F) Menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kualitas produk (X_1), Harga (X_2), Citra Merek (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y). Secara parsial (uji t) kualitas produk (X_1), berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian(Y) dan harga (X_2), berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian(Y), citra merek (X_3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian(Y). Dan kontribusi semua variabel bebas R^2 Sebesar 82,9% terhadap keputusan pembelian (Y), Sedangkan sisanya sebesar 17,1% dijelaskan dengan faktor atau variabel lain yang tidak diketahui dan tidak masuk dalam penelitian ini.

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

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality, price, and brand image on the decision to purchase ready to drink Milk package frisian flag at Hegar Stores. The population in this study were all consumers who made purchases at the Hegar Stores Cikarang and the sample in this study amounted to 100 respondents. This research design uses the causal method. The sampling technique uses accidental sampling. The data collection method in this research is multiple linear regression analysis, F test, t test and determination coefficient test with the help of SPSS 22 software. The results show that simultaneously (F test) shows that there is a positive and significant impact on the variable product quality (X_1), Price (X_2), Brand Image (X_3) on purchasing decisions (Y). Partially (t test) product quality (X_1), has a significant effect on purchasing decisions (Y) and price (X_2), has a significant effect on purchasing decisions (Y), brand image (X_3) has a significant effect on purchasing decisions (Y). And the contribution of all independent variables Adjusted R^2 is 82,9% towards purchasing decisions (Y), while the remaining 17,1% is explained by factors or other variables that are unknown and are not included in this study.

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