

**PENGARUH IKLAN, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN TEH BOTOL
SOSRO PADA MAHASISWA PRODI MANAJEMEN FEB UNIVERSITAS
NASIONAL TAHUN AKADEMIK 2020-2023**

TUGAS AKHIR

AUDI AFIARI RAKHMAT

NPM 203402516254



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL**

JAKARTA

2024

**PENGARUH IKLAN, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN TEH BOTOL
SOSRO PADA MAHASISWA PRODI MANAJEMEN FEB UNIVERSITAS
NASIONAL TAHUN AKADEMIK 2020-2023**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen
pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Oleh:

AUDI AFIARI RAKHMAT

203402516254



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL**

JAKARTA

2024

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya segala pernyataan dalam skripsi yang berjudul:

**PENGARUH IKLAN, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN TEH BOTOL
SOSRO PADA MAHASISWA PRODI MANAJEMEN FEB UNIVERSITAS
NASIONAL TAHUN AKADEMIK 2020-2023**

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Jika didalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.



Jakarta, 26 Februari 2024



Audi Afiari Rakhmat

NPM 203402516254

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH IKLAN, PERSEPSI HARGA,
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN TEH
BOTOL SOSRO PADA MAHASISWA PRODI
MANAJEMEN FEB UNIVERSITAS
NASIONAL TAHUN AKADEMIK 2020-2023**

Nama Mahasiswa : **Audi Afiari Rakhmat**
Nomor Induk Mahasiswa : **203402516254**
Program Studi : **Manajemen Pemasaran**



Jakarta:

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH IKLAN, PERSEPSI HARGA,
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN TEH
BOTOL SOSRO PADA MAHASISWA PRODI
MANAJEMEN FEB UNIVERSITAS
NASIONAL TAHUN AKADEMIK 2020-2023**

Nama Mahasiswa : **Audi Afiari Rakhmat**

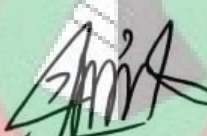
Nomor Induk Mahasiswa : **203402516254**

Program Studi : **Manajemen Pemasaran**

Diterima dan Disahkan Panitia Penguji Ujian Akhir Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nasional

Menyetujui


Pembimbing Tugas Akhir,


(Dita Nurul Aimi Mustika Dewi, S.E., M.E.)

Ketua Penguji,


(Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M.)

Anggota/Penguji,


(Atsari Sujud, S.E., M.M.)

Mengetahui

Dekan,


(Prof. Kumba D. Djodjowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D)

Jakarta:

Tanggal Lulus:

ABSTRAK

PENGARUH IKLAN, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN TEH BOTOL SOSRO PADA MAHASISWA PRODI MANAJEMEN FEB UNIVERSITAS NASIONAL TAHUN AKADEMIK 2020-2023

Oleh:

Audi Afiari Rakhmat

NPM 203402516254

Tugas Akhir, dibawah bimbingan Dita Nurul Aini Mustika Dewi, S.E., M.E.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh iklan, persepsi harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian minuman Teh Botol Sosro pada mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Nasional agar dapat menciptakan strategi pemasaran yang lebih inovatif serta mengetahui apa yang menjadi permasalahan agar kedepannya Teh Botol Sosro lebih bisa mempertahankan juga meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Jenis penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner kepada 100 responden yang pernah mengkonsumsi Teh Botol Sosro setidaknya tiga kali. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dan menggunakan program *Statistical Product and Service Solution (SPSS)* Versi 25.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Iklan, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF ADVERTISEMENT, PRICE PERCEPTION, AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASING DECISIONS OF TEH BOTOL SOSRO AMONG MANAGEMENT STUDENTS OF THE FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS, UNIVERSITAS NASIONAL ACADEMIC YEAR 2020 TO 2023

By:

Audi Afiari Rakhmat

NPM 203402516254

Thesis, under the guidance of Dita Nurul Aini Mustika Dewi, S.E., M.E.

This study aims to analyze the influence of advertising, price perception, and product quality on the purchasing decision of Teh Botol Sosro drink among students of the Management Department of the Faculty of Economics and Business at the Universitas Nasional, in order to create more innovative marketing strategies and identify existing issues so that Teh Botol Sosro can better maintain and enhance consumer purchasing decisions in the future. This type of research utilizes primary data collected through questionnaires from 100 respondents who have consumed Teh Botol Sosro at least three times. The data analysis technique employs multiple linear regression analysis and utilizes the Statistical Product and Service Solution (SPSS) Version 25.0 program. The results of this study indicate that advertising has a positive and significant influence on purchasing decisions, price perception has a positive and significant influence on purchasing decisions, and product quality has a positive and significant influence on purchasing decisions.

Keywords: *Advertisement, Price Perception, Product Quality*

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. BIODATA DIRI

1. Nama : Audi Afiari Rakhma
2. Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 8 Januari 2000
3. Jenis Kelamin : Laki-laki
4. Alamat : Jl. Basuki Gg. Sumur Manggis No.75B,
Kel. Cilangkap, Kec. Cipayung, Jakarta Timur, DKI Jakarta
5. No. Handphone : 089662280236
6. Status : Belum Menikah
7. Agama : Islam
8. Kewarganegaraan : Indonesia
9. E-mail : audirakhmat08@gmail.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. 2007 – 2013 SDN 05 PAGI CIPAYUNG JAKARTA
2. 2013 – 2016 SMPN 9 SSN JAKARTA
3. 2016 – 2019 SMAN 481 JAKARTA
4. 2020 – 2024 UNIVERSITAS NASIONAL



Jakarta, 26 Februari 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Audi Afiari Rakhmat'.

Audi Afiari Rakhmat

NPM 203402516254

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan puji serta bersyukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulisan tugas akhir yang berjudul "Pengaruh Iklan, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Teh Botol Sosro Pada Mahasiswa Prodi Manajemen FEB Universitas Nasional Tahun Akademik 2020-2023" dapat terselesaikan secara baik. Tujuan dari tugas akhir skripsi ini yaitu untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana (S1) Program Studi Manajemen dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional. Penulis menghadapi banyak tantangan, baik yang bersifat teknis maupun lainnya, selama proses menyusun tugas akhir ini. Namun, segala rintangan bisa diatasi dengan baik dengan dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Karena hal ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya pada kesempatan ini, dengan penuh kerendahan hati serta rasa hormat:

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Kumba Digidowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Ibu Dita Nurul Aini Mustika Dewi, S.E., M.E. selaku Dosen Pembimbing yang dengan sabar untuk meluangkan waktu, tenaga, pikiran serta seluruh arahnya membimbing penulis hingga bisa merampungkan tugas akhir ini dengan lancar dan baik.
6. Setiap staf pengajar di Universitas Nasional telah memberikan ilmu kepada mahasiswanya untuk membantu mereka belajar lebih efektif, khususnya para guru besar dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
7. Seluruh keluarga penulis telah berusaha keras untuk memfasilitasi dan menyelesaikan persiapan tugas akhir ini. Mereka telah menunjukkan kasih sayang, mendoakan penulis, dan memberikan dukungan secara materi.

8. Sabahat-sahabat terbaik penulis yaitu Insan, Shanaz, Tata, Nina, Arisa dan Daniar yang tergabung dalam grup “TIMSES” yang telah menemani penulis lebih dari tujuh tahun dalam keadaan bahagia maupun sedih, menerima penulis dengan apa adanya, menjadi alasan utama penulis untuk tetap terus menjalani kehidupan dengan senyuman dan pantang menyerah terhadap keadaan dan cobaan. Terima kasih telah hadir dalam hidup penulis.
9. Seluruh teman penulis Novita, Adit, Meisya, Fitri, Rina, Haydee, Tira, Andini, Marshela serta semua teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah menemani saya dan berbagi ilmunya selama masa perkuliahan, serta memberikan motivasi dan dukungan selama proses penulisan skripsi ini.
10. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam segala hal selama penyusunan tugas akhir skripsi ini, termasuk para responden yang telah berkontribusi dalam proses tugas akhir penulis.



Jakarta, 26 Februari 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Audi Afiari Rakhmat'. The signature is stylized and somewhat abstract.

Audi Afiari Rakhmat

203402516254

DAFTAR ISI

COVER JUDUL LUAR.....	i
COVER JUDUL DALAM.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	5
1. Tujuan Penelitian.....	5
2. Kegunaan Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Landasan Teori.....	7
1. Manajemen Pemasaran.....	7
2. Iklan.....	10
3. Persepsi Harga.....	12
4. Kualitas Produk.....	15
5. Keputusan Pembelian.....	17
B. Keterkaitan antar Variabel Penelitian.....	19
1. Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian.....	19
2. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	19
3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	20
C. Hasil Penelitian yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian.....	20
D. Kerangka Analisis.....	26
E. Hipotesis.....	27

BAB III METODE PENELITIAN.....	28
A. Objek Penelitian.....	28
B. Data Penelitian	28
1. Sumber Data dan Jenis Data.....	28
2. Populasi dan Sampel.....	29
3. Teknik dan Alat Pengumpulan Data	30
C. Definisi Operasional Variabel	31
D. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	33
1. Metode Analisis	33
2. Pengujian Instrumen Penelitian.....	34
3. Uji Asumsi Klasik.....	35
4. Uji Kelayakan Model	37
5. Pengujian Hipotesis	37
BAB IV	39
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
A. Hasil Penelitian	39
1. Deskripsi Objek Penelitian.....	39
2. Profil Perusahaan.....	39
3. Karakteristik Responden	40
4. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian.....	43
B. Pembahasan.....	58
1. Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian	58
2. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	59
3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	60
BAB V.....	62
A. Kesimpulan	62
B. Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN.....	70

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Index Teh Kemasan Siap Minum Tahun 2021-2023.....	2
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3. 1 Pengukuran Skala Likert.....	31
Tabel 3. 2 Definisi Operasional	31
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan	42
Tabel 4. 4 Pengukuran Skala Likert.....	43
Tabel 4. 5 Total Skor Mean Iklan (X1)	44
Tabel 4. 6 Total Skor Mean Persepsi Harga (X2)	45
Tabel 4. 7 Total Skor Mean Kualitas Produk (X3)	46
Tabel 4. 8 Total Skor Mean Keputusan Pembelian (Y).....	47
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas	48
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas	49
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas	50
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas	51
Tabel 4. 13 Hasil Uji Autokorelasi	52
Tabel 4. 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	53
Tabel 4. 15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	54
Tabel 4. 16 Hasil Uji F.....	56
Tabel 4. 17 Hasil Uji Determinasi (R^2)	56
Tabel 4. 18 Hasil Uji t.....	57



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Analisis	26
-------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	70
Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden	75
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas.....	85
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas	87
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	88
Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	89
Lampiran 7 Hasil Uji Kelayakan Model	89
Lampiran 8 r Tabel	91
Lampiran 9 Tabel Durbin Watson	92
Lampiran 10 t Tabel.....	93
Lampiran 11 Turnitin iThenticate	94
Lampiran 12 Bimbingan Skripsi.....	95

