

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM
KEMASAN (AMDK) ADES DI JAKARTA SELATAN**

TUGAS AKHIR

ZIDAN RAMADHAN

203402516054



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2024**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM
KEMASAN (AMDK) ADES DI JAKARTA SELATAN**

Tugas akhir ini sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

ZIDAN RAMADHAN

203402516054



**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 KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM
KEMASAN (AMDK) ADES DI JAKARTA SELATAN**

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali yang jelas rujukannya. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 16 Agustus 2024



Zidan Ramadhan

NPM : 203402516054

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra
Merek Terhadap Keputusan pembelian Air Minum
Dalam Kemasan (AMDK) Ades Di Jakarta Selatan
Nama : Zidan Ramadhan
Nomor Pokok : 203402516054
Program Studi : Manajemen

Menyetujui,
Pembimbing



(Dr. Ir. Tri Waluyo, M.Agr.)

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si)

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra
Merek Terhadap Keputusan pembelian Air Minum
Dalam Kemasan (AMDK) Ades Di Jakarta Selatan

Nama : Zidan Ramadhan
Nomor Pokok : 203402516054
Program Studi : Manajemen

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi
Dan Bisnis Universitas Nasional

Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir

(Dr. Ir. Tri Waluyo, M.Agr.)

Ketua penguji,

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

Anggota/Penguji,

(Dr. Elwisam, S.E., M.M.)

Mengetahui,

Plt. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

(Prof. Dr. Suyono Efendi, S.E., M.B.A., M.M.)

Tanggal Ujian :

Tanggal Lulus :

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN (AMDK) ADES Di Jakarta Selatan

Oleh :Zidan Ramadhan

NIM : 203402516054

Tugas Akhir, dibawah bimbingan Dr. Ir. Tri Waluyo, M.Agr

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, Persepsi harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian Air Minum (AMDK) Ades Di Jakarta Selatan. Data penelitian ini menggunakan data primer dengan bentuk penyebaran kuesioner kepada 100 orang yang pernah mengkonsumsi Air Minum (AMDK) Ades. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda menggunakan SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, Persepsi harga dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Air Minum (AMDK) Ades. Hal ini berarti jika Ades melakukan peningkatan terhadap kualitas produk, Persepsi harga dan citra merek maka akan meningkatkan keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, Persepsi harga dan citra merek memberikan kontribusi sebesar 67,5% terhadap keputusan pembelian Air Minum dalam Kemasan (AMDK) Ades, sedangkan sisanya 32,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

**Kata kunci : Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek, Keputusan Pembelian,
(AMDK) Ades**

ABSTRACT

INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTION AND BRAND IMAGE REGARDING THE DECISION TO PURCHASE DRINKING WATER PACKAGING (AMDK) ADES Jakarta Selatan

By: Zidan Ramadhan

Student ID Number: 203402516054

Thesis, under the guidance of Mr. Dr. Ir. Tri Waluyo, M. Agr

This research aims to analyze the influence of product quality, Price perception ,and brand image on purchasing decisions for Ades Drinking Water. This research data uses primary data in the form of distributing questionnaires to 100 people who have consumed Ades Drinking Water. The analysis used in this research is multiple linear regression using SPSS version 25. The results of the research show that product quality, Price perception, and brand image have a positive and significant effect on purchasing decisions for Ades Drinking Water. This means that if Ades makes improvements to product quality, Price perception, and brand image, it will increase purchasing decisions. The value of the coefficient of determination, this shows that the variables product quality, price and brand image contribute 67.5% to the decision to purchase Ades Drinking Water, while the remaining 32.5% is influenced by other variables not examined. .

Keywords: Product Quality, Price, Brand Image, Purchase Decision, (AMDK) Ades

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum, Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan mengucap puji dan syukur kepada Allah SWT. Karena berkat rahmatnya, penulis dapat menyelesaikan Tugas akhir ini yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Air minum dalam kemasan (AMDK) Ades Di Jakarta Selatan. ” dengan baik. Tujuan penyusunan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.

Adapun maksud dan tujuan penulisan tugas akhir ini adalah sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1), pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen, Universitas Nasional Jakarta. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis mendapatkan bantuan, bimbingan, arahan serta dukungan dari berbagai pihak yang terkait. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Prof. Dr. Suryono Efendi, S.E., M.B.A., M.M. selaku Plt. 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 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Bapak Dr. Ir. Tri Waluyo, M.Agr. selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia membantu menyempurnakan kekurangan, memotivasi, serta memberikan arahan kepada penulis sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat.
6. Bapak Dr. Elwisam, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
7. Seluruh Dosen Universitas Nasional khususnya Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang sudah mengajarkan, memberikan ilmu pengetahuan dan hikmah bagi anak didiknya sehingga bisa tumbuh dan berkembang dalam proses belajar serta mengajar.
8. Kepada seluruh Staf Administrasi dan Staf Sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang turut serta membantu dalam kelancaran penyusunan tugas akhir.

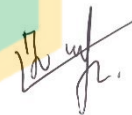
9. Teruntuk kedua orang tua saya, dan kakak saya yang tiada hentinya selalu mendoakan, memberi dukungan, memotivasi, menguatkan serta selalu ada dalam situasi apapun selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Nasional sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan waktu yang tepat.
10. Kepada Farsya Firdausi Arrozi dan Keluarga terima kasih atas support dan dukungan kepada saya hingga sampai saat ini saya bisa menyelesaikan tugas akhir ini Serta teman-teman seperjuangan yang telah membantu mengajarkan, memberi motivasi, informasi, support, semangat dan memberikan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
11. Kepada seluruh responden yang sudah membantu proses pengerjaan tugas akhir penulis.
12. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan selama menyusun tugas akhir ini.

Penulis menyadari dalam Menyusun tugas akhir ini masih banyak kekurangan baik dari isi maupun susunan dalam penulisan. Dari pada itu, saran dan kritiknya sangat diperlukan bagi penulis. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat, tidak hanya bagi penulis tetapi juga bagi pembaca terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Jakarta, 16 Agustus 2024

Penulis,



ZIDAN RAMADHAN
NPM : 203402516054

DAFTAR ISI

COVER	
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABTRACT.....	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Manajemen Pemasaran.....	7
B. Keterkaitan/Hubungan Antar Variabel Penelitian.....	18
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan pembelian.....	18
2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan pembelian.....	19
3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	20
C. Hasil Penelitian yang Sesuai dengan Rujukan Penelitian.....	21
D. Kerangka Analisis.....	23
E. Hipotesis.....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
A. Objek Penelitian.....	26
B. Data Penelitian.....	26
1. Sumber Penelitian.....	26
2. Populasi Sampel.....	27

C. Teknik dan Alat Pengumpulan Data.....	28
1. Teknik Pengumpulan Data.....	28
2. Alat Pengumpulan Data.....	28
D. Defenisi Operasional.....	29
E. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	30
1. Metode Analisis.....	30
2. Penguji Hipotesis.....	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	39
A. Hasil Penelitian.....	39
1. Deskripsi Data Penelitian.....	39
2. Deskripsi Responden.....	40
A. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin.....	40
B. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	41
C. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	43
3. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian.....	44
1) Analisis Deskriptif Kualitas Produk.....	44
2) Analisis Deskriptif Persepsi Harga.....	45
3) Analisis Deskriptif Citra Merek.....	46
4) Analisis Keputusan Pembelian.....	47
5) Uji Instrumen.....	48
A. Uji Validitas.....	48
B. Uji Realibitas.....	49
6) Uji Asumsi Klasik.....	50
A. Uji Normalitas.....	50
B. Uji Multikolinieritas.....	51
C. Uji Heteroskedastisitas.....	52
D. Uji Autokorelasi.....	53
E. Analisis Regresi Linear Berganda.....	54
F. Uji Kelayakan Model.....	56
1. Uji Signifikasi Simultan (UJI F).....	56
2. Koefisien Determinasi (R^2).....	57

3. Uji t (Uji Hipotesis Penelitian).....	58
B. Pembahasan.....	60
1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	60
2. Pengaruh Presepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	61
3. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	63
A. Kesimpulan.....	63
B. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA.....	65



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Top Brand Index.....	4
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.2 Instrument Skala Likert.....	29
Tabel 3.3 Definisi Operasional.....	29
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	42
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	43
Tabel 4.4 Mean Kualitas Produk (X1).....	44
Tabel 4.5 Mean Persepsi Harga (X2).....	45
Tabel 4.6 Mean Citra Merek(X3).....	46
Tabel 4.7 Mean Keputusan Pembelian (Y).....	47
Tabel 4.8 Uji Validitas.....	49
Tabel 4.9 Uji Reabilitas.....	50
Tabel 4.10 Uji Normalitas.....	51
Tabel 4.11 Uji Multikolinearitas.....	52
Tabel 4.12 Uji Heteroskedastisitas.....	53
Tabel 4.13 Uji Autokorelasi.....	54
Tabel 4.14 Analisis Linear Regresi Berganda.....	55
Tabel 4.15 Output Uji Signifikasi Simultan Uji F.....	57
Tabel 4.16 Output Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	58
Tabel 4.17 Output Uji Hipotesis (Uji t).....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Analisis.....	24
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelam.....	41
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	42
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner responden.....	67
Lampiran 2 Data Tabulasi.....	71
Lampiran 3 Output SPSS.....	82
1. Karakteristik analisis Deskeririf.....	82
2. Uji Instrumen.....	84
3. Uji Asumsi Klasik.....	86
4. Analisis Berganda.....	88

