

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI
NILAI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MINUMAN
KEMASAN FRESTEA PADA GENERASI Z DI JAKARTA TIMUR**

TUGAS AKHIR

MUHAMAD RIZKY PRIANTO ROMADHON

223402516289



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

2026

**PENGARUH CITRA MEREK,KUALITAS PRODUK,DAN PERSEPSI
NILAI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MINUMAN
KEMASAN FRESTEA PADA GENERASI Z DI JAKARTA TIMUR**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai

Gelar Sarjana Manajemen Universitas Nasional

Oleh:

MUHAMAD RIZKY PRIANTO ROMADHON

223402516289



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

2026

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul:

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI NILAI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MINUMAN KEMASAN
FRETEA PADA GENERASI Z DI JAKARTA TIMUR

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, Februari 2026



MUHAMAD RIZKY PRIANTO ROMADHON
NPM. 223402516289

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI NILAI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MINUMAN KEMASAN FRESTEA PADA GENERASI Z DI JAKARTA TIMUR

Nama Mahasiswa : Muhamad Rizky Prianto Romadhon

Nomor Pokok Mahasiswa : 223402516289

Program Studi : Manajemen

Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir,

(Dr. Ir. Farida, M.M.)

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen

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

Jakarta, 10 Maret 2026

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI NILAI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MINUMAN KEMASAN FRESTEA PADA GENERASI Z DI JAKARTA TIMUR

Nama Mahasiswa : Muhamad Rizky Prianto Romadhon
Nomor Pokok Mahasiswa : 223402516289
Program Studi : Manajemen

Mengesahkan
Pembimbing Tugas Akhir

(Dr. Ir. Farida, M.M.)

Ketua Penguji

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

Anggota Penguji

(Dyah Handayani Dewi, S.E., M.M.)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M.)

Jakarta

2026

Tanggal Lulus:

2026

UNIVERSITAS NASIONAL

ABSTRAK

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI NILAI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MINUMAN KEMASAN FRESTEA PADA GENERASI Z DI JAKARTA TIMUR

Oleh:

Muhamad Rizky Prianto Romadhon

NPM : 223402516289

Tugas Akhir, Dibawah bimbingan Ibu Dr. Ir .Farida, M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Citra Merek (X1), Kualitas Produk (X2), dan Persepsi Nilai (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada produk minuman kemasan Frestea pada kalangan generasi z yang ada di Jakarta Timur. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda serta data bersumber dari data primer melalui kuesioner dengan sampel 96 responden yang dipilih pernah melakukan pembelian minimal satu kali pada produk minuman kemasan Frestea dalam metode penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* serta teknik *purposive sampling*. Diolah dengan menggunakan SPSS (*Statistical Program for Sosial Sciense*). Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwasanya Citra Merek berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian minuman kemasan Frestea, Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian minuman kemasan Frestea, dan Persepsi Nilai berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian minuman kemasan Frestea.

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Nilai , Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE EFFECT OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY, AND VALUE PERCEPTION ON THE PURCHASE DECISION OF FRESTEA PACKAGED DRINK PRODUCTS AMONG GENERATION Z IN EAST JAKARTA

By;

Muhamad Rizki Prianto Romadhon

Number of Students : 223402516289

Final Project under the guidance of Dr. Ir Farida,M.M.

This study aims to analyze the influence of Brand Image (X1), Product Quality (X2), and Perceived Value (X3) on Purchasing Decisions (Y) on Frestea packaged beverage products among generation z in East Jakarta. This study uses a quantitative method with multiple linear regression analysis techniques and data sourced from primary data through questionnaires with a sample of 96 respondents selected who have made at least one purchase on Frestea packaged beverage products in this research method using non-probability sampling and purposive sampling techniques. Processed using SPSS (Statistical Program for Social Science). The results of this study show that Brand Image has a positive effect on Purchasing Decisions for Frestea packaged beverages, Product Quality has a positive effect on Purchasing Decisions for Frestea packaged beverages, and Perceived Value has a positive effect on Purchasing Decisions for Frestea packaged beverages.

Keywords : Brand Image, Product Quality, Perceived Value, Purchase Decision



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL JUDUL (LUAR)	
HALAMAN SAMPUL JUDUL (DALAM)	
LEMBAR PERNYATAAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGERSAHAN	
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB 1	16
PENDAHULUAN	16
A. Latar Belakang	16
B. Rumusan Masalah	20
C. Tujuan Penelitian	21
D. Manfaat Penelitian	21
BAB II	22
TINJAUAN PUSTAKA	22
A. Teori yang Terkait dengan Variabel Penelitian	22
1. Pemasaran	22
2. Manajemen Pemasaran	22
3. Citra Merek	24
4. Kualitas Produk	26
5. Persepsi Nilai	28
6. Keputusan Pembelian	30

B.	Keterkaitan antar Variabel Penelitian	31
1.	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	31
2.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	32
3.	Pengaruh Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Pembelian	32
C.	Hasil Penelitian Sebagai Rujukan Penelitian	33
D.	Kerangka Analisis	40
	Gambar 2.1	40
	Kerangka Analisis	40
E.	Hipotesis	41
BAB III		42
METODE PENELITIAN		42
A.	Objek Penelitian	42
B.	Data Penelitian	42
1.	Sumber data dan Jenis data	42
2.	Populasi dan Sampel	42
3.	Teknik dan Alat Pengumpulan Data	44
C.	Defisini Operasional Variabel	45
D.	Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis	47
1.	Metode Analisis	47
2.	Pengujian Instrumen Penelitian	47
3.	Uji Asumsi Klasik	48
4.	Analisis Interferensial	50
5.	Analisis Regresi Linier Berganda	50
6.	Uji Kelayakan Model	51
7.	Uji Hipotesis	51
BAB IV		52
HASIL DAN PEMBAHASAN		52

A.	Hasil Penelitian.....	52
2.	Karakteristik Responden	53
a.	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
b.	Karakteristik Berdasarkan Usia.....	54
c.	Karakteristik Berdasarkan Asal Daerah.....	55
d.	Karakteristik Responden yang membeli Frestea Minimal 1kali....	56
3.	Hasil Lengkap Estimasi Penelitian.....	57
a.	Metode Analisis Deskriptif	57
1)	Analisis Deskriptif Citra Merek (X1).....	57
2)	Analisis Deskriptif Kualitas Produk (X2).....	58
3)	Analisis Deskriptif Persepsi Nilai (X3).....	60
4)	Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y).....	61
b.	Uji Instrumen	62
1)	Uji Validitas.....	62
2)	Uji Reliabilitas.....	64
c.	Uji Asumsi Klasik.....	65
1)	Uji Normalitas.....	65
2)	Uji Multikolinearitas.....	66
3)	Uji Autokorelasi.....	67
4)	Uji Heteroskedastisitas.....	68
d.	Uji Regresi Linier Berganda	68
e.	Uji Kelayakan Model	70
1)	Uji F.....	70
2)	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	70
f.	Uji Hipotesis (Uji t)	71
B.	Pembahasan.....	72
1.	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	72

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	73
3. Pengaruh Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Pembelian	73
BAB V	75
KESIMPULAN DAN SARAN.....	75
A. Kesimpulan.....	75
B. Saran	75
DAFTAR PUSTAKA.....	77
LAMPIRAN	80



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 TBI Katergori Teh Dalam Kemasan Siap Minum.....	17
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3.1 Pengukuran Skala Likert.....	44
Tabel 3.2 Definisi Operasional.....	45
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah.....	54
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Membeli 1 Kali.....	56
Tabel 4.5 Kriteria Jawawabn Responden.....	57
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Citra Merek (X1).....	57
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Kualitas Produk (X2).....	58
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Persepsi Nilai (X3).....	60
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y).....	61
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel.....	62
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	64
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	65
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	66
Tabel 4.14 Hasil Uji Autokorelasi.....	67
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedatisitas.....	68
Tabel 4.16 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	69
Tabel 4.17 Hasil Uji F.....	70
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	71
Tabel 4.19 Hasil Uji t.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Teh Kemasan Favorit Siap Minum.....	18
Gambar 2.1 Kerangka Analisis	40
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah.....	56
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Membeli 1 Kali.....	57

