

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MI INSTAN MEREK INDOMIE (STUDI KASUS
PADA MAHASISWA/I UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA)**

SKRIPSI

OLEH :

VINA DAMAYANTI

202010325153



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

2024

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk
Terhadap Keputusan Pembelian Mi Instan
Merek Indomie (Studi Kasus Pada
Mahasiswa/I Universitas Bhayangkara
Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Vina Damayanti

Nomor Pokok : 202010325153

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 18 Juli 2024

Jakarta, 24 Juli 2024

MENYETUJUI,

BIKSA MAHWASTU DASI

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dr. Ningky Sasanti Munir, MBA., CAC

Ir. Djuni Thamrin, M.Sc., Ph.D

NIDN. 0312106003

NIDN. 0307066401

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mi Instan Merek Indomie (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Vina Damayanti

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325153

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 18 Juli 2024

Jakarta, 29 Juli 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Wastam Wahyu Hidayat, S.E., M.M
NIDN. 0412056705

Sekretaris Tim Penguji : Dr. Jhonni Sinaga, S.E., M.M.
NIDN. 0320126805

Penguji : Ir. Djuni Thamrin, M.Sc., Ph.D
NIDN. 0307066401



MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Manajemen



Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M

NIDN. 0327037601

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak

NIDN. 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Vina Damayanti
Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325153
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 06 Januari 2001
Alamat : Jl.Rawabinangun VIII No.40 RT. 012/008 Rawabadak Utara, Koja, Jakarta Utara

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi saya yang berjudul Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mi Instan Merek *Indomie* (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, maka saya bersedia untuk menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasinya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 29 Juli 2024

Yang Membuat Pernyataan,



10000
SEPULUH RIUPAH
METERAI
TEMPEL
324ACALX281846660

Vina Damayanti

202010325153

ABSTRAK

Dalam hal ini penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian mi instan merek *Indomie* pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sebagai konsumen. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dimana objek yang digunakan merupakan mahasiswa yang sudah pernah membeli sepatu mi instan merek *Indomie*. Sumber data penelitian ini berasal dari data primer. Metode pengambilan sampel pada jumlah penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow dengan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden. Metode analisis data pengujian hipotesis dalam penelitian ini di olah menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan aplikasi *SmartPLS* 4.1. Hasil pengolahan data tersebut menunjukkan bahwa citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian secara simultan (bersama-sama) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan segala keterbatasan yang hanya dilakukan penelitian pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Prodi Manajemen Angkatan Tahun 2020 hal ini dapat memberikan manfaat dan saran penelitian selanjutnya. Dalam penelitian ini yaitu mencerminkan variabel citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada satu model penelitian.

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

In this case, the research conducted aims to determine the influence of brand image and product quality on purchasing decisions for Indomie brand instant noodles among students at Bhayangkara University, Jakarta Raya as consumers. This research uses a quantitative type of research where the objects used are students who have bought Indomie brand instant noodle shoes. The data source for this research comes from primary data. The sampling method for this research used the Lemeshow formula with the number of samples used in this research being 100 respondents. The hypothesis testing data analysis method in this research was processed using Structural Equation Modeling (SEM) with the SmartPLS 4.1 application. The results of data processing show that brand image and product quality simultaneously (together) have a positive and significant effect on purchasing decisions. With all the limitations of only conducting research on students at Bhayangkara University, Jakarta Raya, Management Study Program Class of 2020, this can provide benefits and suggestions for further research. In this research, it reflects the variables of brand image and product quality on purchasing decisions in one research model.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan karunia luar biasa atas kesehatan, keluangan waktu, dan kemampuan dalam menempuh segala atas rahmat dan karunia-Nya. Sehingga terselesaikannya skripsi ini menjadi salah satu karunia yang begitu luar biasa, diharapkan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan memberikan informasi.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana(S1) Jurusan Manajemen , Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara. Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, pengarahan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu. Diucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D., D.Crim (HC) selaku Rektor Universitas Bayankara Jakarta Raya.
2. Prof Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M., selaku Ketua Program Penelitian Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
4. Rycha Kuwara Sari, S.E., M.M., Peneliti sebagai Dosen Pembimbing Akademik Kelas A03 Manajemen Angkatan 2020.
5. Dr. Ningky Sasanty Munir, MBA., CAC, Selaku Dosen Pembimbing I dan Ir. Djuni Thamrin, M.Sc., Ph.D, selaku Dosen Pembimbing II yang sudah membimbing dengan penuh kesabaran, serta memberikan ilmu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.

6. Segenap Dosen Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberi ilmunya kepada peneliti.
7. Seluruh rekan-rekan di lingkup Civitas Akademik Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan support.
8. Kedua orang tua, Kaka saya, Adik-adik saya terimakasih atas nasihat, dukungan, doa dari kalian adalah semangatku.
9. Dan tidak lupa dengan Aloycius Binsar Adiputro Tarigan, Shabina Deanova, Zahra Alfira Nurjanah, Hendrick Moses Rendy Ramadan dan teman-teman seperjuangan yang selalu saling mengingatkan satu sama lainnya.

Sebagai manusia biasa, penulis menyadari penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna karena keterbatasan kemampuan dari ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh Penulis. Oleh karena itu atas kesalahan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini, Penulis memohon maaf dan bersedia menerima kritikan yang membangun. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi siapa saja yang membacanya.

Bekasi, 21 Juni 2024

Vina Damayanti
202010325153

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.5 Manfaat Penelitian.....	15
1.6 Sistematika Penulisan	16
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	17
2.1 Telaah Teoritis.....	17
2.1.1 <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB).....	17
2.1.1.1 Pengertian <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB)	17
2.1.2 Keputusan Pembelian	18
2.1.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian	18
2.1.2.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	19
2.1.2.3 Dimensi Keputusan Pembelian	19

2.1.2.4 Indikator Keputusan Pembelian	20
2.1.3 Citra Merek	21
2.1.3.1 Pengertian Citra Merek	21
2.1.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi CitraMerek.....	22
2.1.3.3 Dimensi Citra Merek	23
2.1.3.4 Indikator Citra Merek	24
2.1.4 Kualitas Produk	24
2.1.4.1 Pengertian Kualitas Produk.....	24
2.1.4.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	26
2.1.4.3 Dimensi Kualitas Produk	27
2.1.4.4 Indikator Kualitas Produk	28
2.2 Telaah Emperis.....	29
2.2.1 Penelitian Terdahulu.....	29
2.3 Model Penelitian dan Pengembangan Hipotesis	35
2.3.1 Model Penelitian.....	35
2.3.2 Kerangka Konseptual.....	35
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	39
3.1 Desain penelitian	39
3.2 Obyek Penelitian dan Waktu Penelitian	39
3.3 Populasi dan Sampel.....	40
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	42
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	43
3.5.1 Variabel Penelitian	43
3.5.1.1 Variabel Bebas	43
3.5.1.2 Variabel Terikat.....	44
3.6 Skala Pengukuran.....	50
3.7 Metode Analisis Data.....	52
3.7.1 <i>Outer Model</i>	52
3.7.2 <i>Inner Model</i>	55

3.8 Uji Hipotesis	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	57
4.1.1 Sejarah Perusahaan	57
4.2 Logo Perusahaan	59
4.3 Visi dan Misi Perusahaan	60
4.4 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner.....	60
4.4.1 Identitas Responden.....	61
4.5 Hasil Analisis Data	64
4.5.1 Hasil Pengukuran <i>Outer Model</i>	65
4.5.1.1 <i>Convergent Validity (Validitas Konvergen)</i>	66
4.5.1.2 <i>Discriminant Validity (Validitas Diskriminan)</i>	71
4.5.1.3 <i>Average Variant Extracted (AVE)</i>	74
4.5.1.4 <i>Composite Reliability</i>	74
4.5.1.5 <i>Cronbach Alpha</i>	75
4.5.2 Hasil Pengukuran <i>Inner Model</i>	76
4.5.2.1 <i>R-Square</i>	76
4.5.2.2 <i>F-Square</i>	77
4.5.2.3 <i>Q-Square</i>	78
4.6 Pengujian Hipotesis.....	79
4.6.1.1 <i>Direct Effect</i>	79
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	81
BAB V PENUTUP	85
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Implikasi Manajerial.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....	86
DAFTAR LAMPIRAN	86

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Harga	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 3.1 Rencana Waktu Penelitian	40
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	44
Tabel 3.3 <i>Skala Likert</i>	51
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	61
Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	62
Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Semester.....	63
Tabel 4.4 Hasil <i>Outer Loading Citra Merek</i>	67
Tabel 4.6 Hasil <i>Outer Loading Kualitas Produk</i>	68
Tabel 4.8 Hasil <i>Outer Loading Keputusan Pembelian</i>	70
Tabel 4.10 Hasil <i>Cross Loading Citra Merek</i>	72
Tabel 4.11 Hasil <i>Cross Loading Kualitas Produk</i>	72
Tabel 4.12 Hasil <i>Cross Loading Keputusan Pembelian</i>	73
Tabel 4.13 Hasil <i>Average Variant Extracted (AVE)</i>	74
Tabel 4.14 Hasil <i>Composite Reliability</i>	75
Tabel 4.15 Hasil <i>Cronbach Alpha</i>	75
Tabel 4.16 Hasil Nilai <i>R-Square</i>	77
Tabel 4.17 Hasil Nilai <i>F-Square</i>	77
Tabel 4.19 Hasil Uji Hipotesis <i>Direct Effect</i>	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	36
Gambar 4.1 Produk Mi Instan Merek <i>Indomie</i>	58
Gambar 4.2 Logo <i>Indomie</i>	59
Gambar 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	61
Gambar 4.4 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
Gambar 4.5 Karakteristik Responden berdasarkan Semester yang Sedang Di Tempuh	63
Gambar 4.6 <i>SmartPLS</i>	65
Gambar 4.7 <i>Outer Model</i>	66
Gambar 4.8 <i>Inner Model</i>	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Plagiarisme	94
Lampiran 2 Uji Referensi Skripsi	96
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian	105
Lampiran 4 Tabulasi Data	112
Lampiran 5 Data Statistik Deskriptif	118
Lampiran 6 Buku Bimbingan	120
Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup	123