

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH PUCUK HARUM
DI KOTA BEKASI**

SKRIPSI

OLEH:

RENGGA ANJASMARA

202110325099



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

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk
Terhadap Keputusan Pembelian Teh Pucuk
Harum di Kota Bekasi

Nama Mahasiswa : Rengga Anjasmara

Nomor Pokok : 202110325099

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 03 Februari 2025

Jakarta, 10 Februari 2025

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Widi Winarso, S.E., M.M
NIDN: 0319067606


Christophorus Indra Wahyu Putra, S.E., M.Si
NIDN: 0331086601

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk
Terhadap Keputusan Pembelian Teh Pucuk
Harum di Kota Bekasi

Nama Mahasiswa : Rengga Anasmara

Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325099

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 03 Februari 2025

Jakarta, 10 Februari 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Neng Siti Komariah, S.E., M.M
NIDN: 0327128105

Sekretaris Tim Penguji : Haryudi Anas, S.E., M.S.M
NIDN: 0317117801

Penguji : Widi Winarso, S.E., M.M
NIDN: 0319067606



MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Manajemen

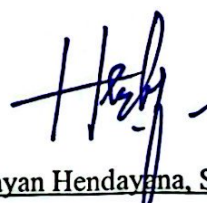


Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M

NIDN. 0327037601

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M

NIDN. 0318087101

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rengga Anjasmara
Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325099
Tempat, Tanggal Lahir : Tegal, 30 Juni 2003
Alamat : Harapan Indah Jl. Delima III Blok WG 12A, Kota Bekasi

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Teh Pucuk Harum di Kota Bekasi” merupakan hasil karya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah ditulis orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dengan karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

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

Jakarta, 10 Februari 2025
Yang membuat pernyataan,


10000
METERAI
TEMPEL
1CAMX187096297
Rengga Anjasmara
202110325099

ABSTRAK

Rengga Anjasmara.202110325099. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Teh Pucuk Harum di Kota Bekasi.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh citra merek dan kualitas produk pada perilaku pembelian Teh Pucuk Harum di Kota Bekasi. Penulisan ini memakai metodologi kuantitatif dengan kuesioner yang diberikan kepada 108 orang. Penulisan ini mengidentifikasi citra merek dan kualitas produk sebagai faktor independen, dengan keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Data dianalisis memakai metodologi Partial Least Squares (PLS) dengan alat SmartPLS 4.0. Hasil penulisan memperlihatkan jika citra merek mempunyai dampak yang signifikan dan menguntungkan pada pilihan pembelian, meskipun sebagian. Demikian pula, kualitas produk mempunyai dampak yang signifikan dan menguntungkan pada pilihan pembelian. Citra merek dan kualitas produk secara signifikan mempengaruhi pilihan pembelian, mencakup 88% dari variabel keputusan pembelian, sementara faktor-faktor lain mempengaruhi aspek-aspek yang tersisa. Penulisan ini menawarkan wawasan bagi manajemen pemasaran Teh Pucuk Harum untuk meningkatkan citra merek melalui metode komunikasi yang efektif dan untuk secara konsisten meningkatkan kualitas produk untuk mempertahankan daya saing pasar.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Teh Pucuk Harum, Partial Least Square

ABSTRACT

Rengga Anjasmara 202110325099, *The Influence of Brand Image and Product Quality on Purchasing Decisions of Pucuk Harum Tea in Bekasi City.*

This study aims to examine the influence of brand image and product quality on purchasing behavior of Pucuk Harum Tea in Bekasi City. This writing uses a quantitative methodology with a questionnaire given to 108 people. This writing identifies brand image and product quality as independent factors, with purchasing decisions as dependent variables. Data were analyzed using the Partial Least Squares (PLS) methodology with the SmartPLS 4.0 tool.

The results of the writing show that brand image has a significant and beneficial impact on purchasing choices, although partially. Likewise, product quality has a significant and beneficial impact on purchasing choices. Brand image and product quality significantly influence purchasing choices, covering 88% of the purchasing decision variables, while other factors influence the remaining aspects. This writing offers insights for Pucuk Harum Tea marketing management to improve brand image through effective communication methods and to consistently improve product quality to maintain market competitiveness.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Purchasing Decision, Teh Pucuk Harum, Partial Least Square

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis bisa merampungkan skripsi yang berjudul *“Pengaruh Citra Merek dan kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Teh Pucuk Harum di Kota Bekasi”*. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat akademis pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Dalam menyusun Skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah memberikan dukungan, arahan, dan bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Maka dari itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D., D.Crim., (Honoris Causa) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M selaku kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan dukungan juga arahan selama perkuliahan

5. Widi Winarso, SE, M.M Selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan dukungan serta arahan dalam penulisan ini.
6. Christophorus Indra Wahyu Putra, S.E.,M.Si Selaku Dosen Pembimbing II yang juga telah memberikan dukungan serta arahan dalam penulisan ini.
7. Seluruh Dosen serta staf Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
8. Teruntuk almarhum Bapak saya terimakasih sudah membesarkan saya sedari kecil sampai sekarang walaupun di jenjang perkuliahan ini beliau tidak bisa menemani saya tetapi kenangan dan nasehat dari beliau akan salalu saya ingat dan lakukan, terimakasih Bapak ku.
9. Teruntuk Ibu saya yang selalu ada setiap waktu, yang memberikan kasih sayang serta *support* bagi penulis, dan doa-doa mustajabnya yang memudahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini, terimakasih Ibu ku.
10. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Rismawati Ramadhania. Terima kasih telah hadir dalam hidup saya, mendukung penulisan skripsi ini dengan tenaga, waktu, dan materi. Terima kasih atas pendampingan, dukungan, hiburan di masa sulit, serta semangat yang diberikan. Semoga Allah senantiasa melimpahkan keberkahan dalam setiap langkah kita.
11. Terima kasih untuk seluruh teman-teman saya yang sudah mendukung saya.

Penulis mengakui bahwa teori ini masih belum sempurna. Maka dari itu, penulis menyambut baik segala kritik dan rekomendasi untuk menyempurnakan karya ilmiah ini. Penulis berharap gagasan ini akan memberikan manfaat bagi semua pemangku kepentingan, khususnya dalam pengembangan pengetahuan ilmiah dalam manajemen pemasaran.



Jakarta, 10 Februari 2025

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Masalah	5
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.5. Batasan Penelitian	6
1.6. Sistematika Tugas Akhir	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Citra Merek	8
2.1.1 Pengertian Citra Merek	8
2.1.2 Indikator Citra Merek.....	8
2.2. Kualitas Produk	9
2.2.1 Pengertian Kualitas Produk	9
2.2.2 Indikator Kualitas Produk	10
2.3. Keputusan Pembelian.....	11
2.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	11
2.3.1 Indikator Keputusan Pembelian	12
2.4. Telaah Empiris	13
2.5 Kerangka Pemikiran	15
2.6 Hipotesis	16

2.6.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	16
2.6.2	Pengaruh kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	16
2.6.3	Pengaruh Citra Merek dan kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	17
BAB III METODE PENELITIAN		18
3.1.	Desain Penelitian.....	18
3.2.	Populasi dan Sampel	18
3.2.1	Populasi Penelitian.....	18
3.2.2	Sampel Penelitian.....	19
3.3.	Jenis dan Sumber Data.....	20
3.3.1	Jenis Data	20
3.3.2	Sumber Data.....	20
3.4.	Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	21
3.4.1	Definisi Operasional Variabel.....	21
3.4.2	Skala Pengukuran.....	22
3.5.	Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	22
3.5.1.	Merancang Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	23
3.5.2.	Merancang Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	25
3.6.	Pengujian Hipotesis (<i>Bootstraping</i>).....	26
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		27
4.1	Gambaran Umum.....	27
4.1.1	Sejarah Umum Teh Pucuk Harum	27
4.1.2	Tujuan Perusahaan	28
4.1.3	Logo Perusahaan	29
4.1.4	Visi dan Misi	29
4.1.5	Produk Perusahaan	30
4.2	Deskripsi Data	30
4.2.1	Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner	31
4.2.2	Identitas Responden	31
4.3	Hasil Analisis Data.....	35
4.3.1	Skema Model <i>Partial Least Square</i>	35
4.3.2	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outher Model</i>)	36

4.3.3	Evaluasi Model Struktual (<i>Inner Model</i>)	41
4.4	Pengujian Hipotesis.....	45
4.4.1	UJI T	45
4.4.2	Uji F	45
4.5	Pembahasan Hasil Hipotesis	48
BAB V PENUTUP.....		52
5.1	Kesimpulan	52
5.2	Keterbatasan Masalah	52
5.3	Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA		55
LAMPIRAN		



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Telaah Empiris	13
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	20
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	21
Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	32
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia	33
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Domisili	35
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Konvergen.....	37
Tabel 4. 5 Hasil Avarage Extracted (AVE)	38
Tabel 4. 6 Hasil Cross Loading.....	39
Tabel 4. 7 Hasil Composite Reability	40
Tabel 4. 8 Hasil Nilai R-square.....	41
Tabel 4. 9 Hasil Uji Q.....	42
Tabel 4. 10 Hasil Nilai F – Square.....	43
Tabel 4. 11 Hasil Path Coefficient (Koefisien Jalur)	44
Tabel 4. 12 Uji T.....	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penjualan Teh Pucuk Harum.....	2
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	16
Gambar 4. 1 Logo Teh Pucuk Harum	29
Gambar 4. 2 Produk Teh Pucuk Harum	30
Gambar 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	32
Gambar 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	33
Gambar 4. 5 Karakteristik Berdasarkan domisili.....	34
Gambar 4. 6 Outer Model	36
Gambar 4. 7 Inner Model.....	41



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 UJI PLAGIARISME

LAMPIRAN 2 UJI REFERENSI

LAMPIRAN 3 PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

LAMPIRAN 4 TABULASI DATA

LAMPIRAN 5 HASIL UJI SMARTPLS 4.0

LAMPIRAN 6 BUKU BIMBINGAN

LAMPIRAN 7 RIWAYAT HIDUP

