

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINERAL MEREK NESTLE PURE LIFE**

**(Studi Kasus Pengkonsumsi Air Mineral Merek Nestle Pure Life Di Jakarta
Timur)**

***THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY ON THE
DECISION TO PURCHASE NESTLE PURE LIFE BRAND
MINERAL WATER***

***(Case Study Of Consumers Of Nestle Pure Life Brand Mineral Water In East
Jakarta)***

Oleh:

Imas Pebrianti

2018410027

SKRIPSI



Untuk Memenuhi Gelar Sarjana Dalam Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen Pada

Universitas Darma Persada

**PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA**

2023

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINERAL MEREK NESTLE PURE LIFE**

**(Studi Kasus Pengkonsumsi Air Mineral Merek Nestle Pure Life Di Jakarta
Timur)**

***THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY ON THE
DECISION TO PURCHASE NESTLE PURE LIFE BRAND
MINERAL WATER***

***(Case Study Of Consumers Of Nestle Pure Life Brand Mineral Water In East
Jakarta)***

Oleh:

Imas Pebrianti

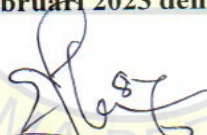
2018410027


SKRIPSI


Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana dalam
Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen pada Universitas Darma Persada


Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal
Seperti tertera dibawah ini

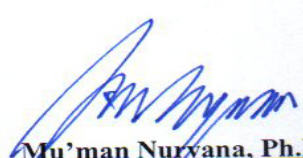
Jakarta, 13 Februari 2023 dengan nilai B+


Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M.
Pembimbing


Dr. Firsan Nova
Penguji I


Fauzi Baisvir, MM.
Penguji II


Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M.
Penguji III


Mu'man Nuryana, Ph.D
Dekan Fakultas Ekonomi


Dr. Dian Anggraeny Rahim, S.E., M.Si.
Ketua Program Studi

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Imas Pebrianti

NIM : 2018410027

Jurusan/Peminatan : Manajemen/Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Merek Nestle Pure Life yang dibimbing oleh Ibu Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari hasil karya tulis orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka saya bersedia mempertanggung jawabkannya. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 7 Desember 2022

Yang Membuat Pernyataan,



Imas Pebrianti

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh Citra Merek , Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Merek Nestle Pure Life di wilayah Jakarta Timur. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang mengkonsumsi air mineral merek Nestle Pure Life di wilayah Jakarta Timur minimal dalam kurun waktu 5 kali dalam 1 bulan terakhir. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus proporsi tak terduga. Alat analisis yang digunakan adalah statistik deskriptif dan regresi linier berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heterokedastisitas) dilakukan sebagai persyaratan yang harus dipenuhi dalam analisis regresi linier berganda. Pengujian hipotesis secara simultan menggunakan uji (F), secara parsial menggunakan uji (T).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel citra merek dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian, hal tersebut dibuktikan dengan uji F dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($156,541 > 3,09$). Sedangkan citra merek secara parsial/sebagai mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian, hal tersebut dibuktikan dengan uji T dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ sebesar ($5,976 > 1,985$). Dan kualitas produk secara parsial/sebagai mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian, hal tersebut dibuktikan dengan uji T dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ sebesar ($2,007 > 1,985$).

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the influence of Brand Image, Product Quality on Purchasing Decisions of Nestle Pure Life Mineral Water in East Jakarta. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 100 respondents who consumed Nestle Pure Life mineral water in the East Jakarta area at least 5 times in the last 1 month. Sampling was carried out using the unexpected proportion formula. The analytical tools used are descriptive statistics and multiple linear regression. Classical assumption tests (normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test) are carried out as requirements that must be met in multiple linear regression analysis. Simultaneous hypothesis testing using test (F), partially using test (T).

The results of this study indicate that the variable brand image and product quality simultaneously influence purchasing decisions, this is evidenced by the F test with $F_{count} > F_{table}$ ($156.541 > 3.09$). While brand image partially/as has an influence on purchasing decisions, this is evidenced by the T test with a value of $T_{count} > T_{table}$ of ($5.976 > 1.985$). And product quality partially/as having an influence on purchasing decisions, this is evidenced by the T test with a value of $T_{count} > T_{table}$ of ($2.007 > 1.985$).

Keywords: Brand Image, Product Quality, Purchase Decis

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Segala puji dan syukur kepada Tuhan yang maha esa, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan laporan yang berjudul **“PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINERAL MEREK NESTLE *PURE LIFE*”** sebagai salah satu persyaratan yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Darma Persada Jakarta Timur.

Penulis menyadari bahwa penyusunan proposal skripsi ini tidak akan dapat terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena, itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Ibu Ellena Nurfazria Handayani, SE., MM. Selaku Dosen Pembimbing dalam penulisan proposal skripsi ini yang telah meluangkan waktu, memberikan bimbingan, dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan penyusunan proposal skripsi ini
2. Ibu Dian Anggraeny Rahim, SE., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Darma Persada.
3. Bapak Mu'man Nuryana PhD selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

4. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah membantu proses belajar selama masa perkuliahan.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah membantu proses belajar selama masa perkuliahan.
6. Kedua Orang Tua Tercinta Bapak Hasan dan Ibu Junaeni, yang telah banyak memberikan dukungan, doa, motivasi serta perhatiannya dan pengorbanan baik secara moril maupun material sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik dan lulus dengan tepat waktu.
7. Kedua Orang Tua Tercinta Bapak Hasan dan Ibu Junaeni, yang telah banyak memberikan dukungan, doa, motivasi serta perhatiannya dan pengorbanan baik secara moril maupun material sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik dan lulus dengan tepat waktu.
8. Kakak saya Yuyun Yulianingsih dan Adik saya Aan Rahmawati, yang telah memberikan motivasi, semangat, dan doa yang tiada hentinya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik dan lulus.
9. Kakak saya Yuyun Yulianingsih dan Adik saya Aan Rahmawati, yang telah memberikan motivasi, semangat, dan doa yang tiada hentinya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik dan lulus.

10. Kakak saya Yuyun Yulianingsih dan Adik saya Aan Rahmawati, yang telah memberikan motivasi, semangat, dan doa yang tiada hentinya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik dan lulus.

11. Penulis ingin mengucapkan terimakasih banyak kepada semua rekanseperjuangan angkatan tahun 2018 yang telah memberi semangat, saling berbagi pengetahuan, membantu mencarikan buku pendukung dan banyak hal lainnya hingga terselesaikannya tugas akhir ini.

Demikian proposal skripsi ini dibuat, penulis berharap ALLAH SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga proposal skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan,

Jakarta, Maret 2022

Penulis

Imas Pebrianti

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan dan Perumusan Masalah	16
1.3 Tujuan Penelitian.....	17
1.4 Manfaat Penelitian.....	18
BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN	19
2.1 Landasan Teori	19
2.2 Penelitian Terdahulu.....	50
2.3 Kerangka Pemikiran	58
2.4 Hipotesis Penelitian	61
BAB III METODE PENELITIAN	63
3.1 Metode Yang Digunakan.....	63
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian.....	64
3.3 Operasional Variabel	64
3.4 Sumber dan Cara Penentuan Data	73
3.4.1 Sumber dan Jenis Data	73
3.4.2 Cara Penentuan Data.....	74
3.5 Teknik Pengumpulan Data	77
3.6 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis.....	79
3.6.1 Uji Keabsahan Data.....	79
3.6.2 Alat dan Analisis Data.....	82

3.6.3 Uji Hipotesis.....	87
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	93
4.1 Gambaran Objek Penelitian.....	93
4.1.1 Sejarah Singkat Nestle.....	93
4.1.2 Visi Misi Nestle Pure Life.....	98
4.1.3 Tujuan Berdirinya Nestle Pure Life.....	99
4.2 Karakteristik Responden.....	99
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	100
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	101
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	101
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	102
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Sudah Berapa Lama Anda Mengonsumsi Air Mineral Nestle Pure Life.....	103
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Anda Mengonsumsi Air Mineral Tersebut.....	104
4.2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Dimana Anda Biasa Membeli Air Mineral Tersebut.....	105
4.3 Hasil Analisis Deskriptif Variabel.....	106
4.3.1 Citra Merek.....	106
4.3.2 Kualitas Produk.....	117
4.3.3 Keputusan Pembelian.....	129
4.4 Uji Keabsahan Data.....	146
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	149
4.6 Analisis Regresi Berganda.....	152
4.7 Uji Hipotesis.....	154
4.8 Pembahasan dan Pemecahan Masalah.....	155

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	162
5.1 Kesimpulan.....	162
5.2 Saran.....	163
DAFTAR PUSTAKA	165
LAMPIRAN.....	168



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Konsumsi Air Per Kapita Pada Tiap Negara.....	2
Tabel 1.2 Perusahaan-Perusahaan Air Mineral Dalam Kemasan di Indonesia.....	5
Tabel 1.3 Data Penjualan Air Mineral Nestle Pure Life.....	11
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	50
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	65
Tabel 3.2 Skala Likert.....	78
Tabel 3.4 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	85
Tabel 3.5 Koefisien Determinasi.....	86
Tabel 4.1 Data Yang Diperoleh.....	100
Tabel 4.2 Berdasarkan Jenis Kelamin.....	100
Tabel 4.3 Berdasarkan Usia.....	101
Tabel 4.4 Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	102
Tabel 4.5 Berdasarkan Status Pekerjaan.....	102
Tabel 4.6 Berdasarkan Sudah Berapa Lama Anda Mengonsumsi Air Mineral Merek Nestle Pure Life.....	103
Tabel 4.7 Berdasarkan Alasan Anda Mengonsumsi Air Tersebut.....	104
Tabel 4.8 Dimana Anda Biasa Membeli Air Mineral Tersebut.....	105
Tabel 4.9 Air Mineral merek Nestle Pure Life memiliki slogan yang mudah diingat.....	106
Tabel 4.10 Air Mineral merek Nestle Pure Life mempunyai <i>packaging</i> yang bernuansa biru jernih.....	107
Tabel 4.11 Air Mineral merek Nestle Pure Life dikembangkan dipabrik yang berteknologi tinggi.....	107
Tabel 4.12 Air Mineral merek Nestle Pure Life air yang sesuai dengan manfaatnya.....	108

Tabel 4.13 Air Mineral merek Nestle Pure Life memiliki kualitas air yang baik.....	109
Tabel 4.14 Air Mineral merek Nestle Pure Life adalah air mineral yang mudah ditemukan.....	110
Tabel 4.15 Air Mineral merek Nestle Pure Life mempunyai harga jual yang cocok untuk kalangan menengah kebawah.....	111
Tabel 4.16 Air Mineral merek Nestle Pure Life dibuat secara higienis.....	111
Tabel 4.17 Air Mineral merek Nestle Pure Life selalu menjaga kemurnian air yang dipasarkan.....	112
Tabel 4.18 Air Mineral merek Nestle Pure Life selalu memberikan manfaat bagi pengkonsumsi air.....	113
Tabel 4.19 Air Mineral merek Nestle Pure Lifemenjadi pilihan air yang dapat dijadikan <i>face mist</i> dan campuran toner.....	114
Tabel 4.20 Air Mineral merek Nestle Pure Life mempunyai manfaat dengan kandungan air kemasan pH tinggi untuk kulit.....	115
Tabel 4.21 Saya Membeli Air Mineral merek Nestle Pure Life karena harganya yang terjangkau.....	115
Tabel 4.22 Air Mineral merek Nestle Pure Life menerima Corporate Image Award untuk kategori Bottle Water dari Frontier Consulting Group.....	116
Tabel 4.23 Air Mineral merek Nestle Pure Life memiliki 12 tahap pemurnian airnya.....	117
Tabel 4.24 Membuat konsumen menjadi lebih sehat.....	118
Tabel 4.25 Air Mineral merek Nestle Pure Life mempunyai pH yang tinggi.....	119
Tabel 4.26 Air Mineral merek Nestle Pure Life tidak ada efek samping jika dikonsumsi dalam waktu jangka panjang.....	119
Tabel 4.27 Air Mineral merek Nestle Pure Life memiliki kemurnian air yang terjaga.....	120
Tabel 4.28 Air Mineral merek Nestle Pure Life sudah terdaftar di BPOM.....	121
Tabel 4.29 Air Mineral merek Nestle Pure Life proses produksinya tanpa tersentuh tangan manusia sehingga menjaga kehygienisan air.....	122

Tabel 4.30 Penyimpanan Air Mineral merek Nestle Pure Lifetetap dingin meskipun tidak dimasukkan kulkas.....	123
Tabel 4.31 Air Mineral merek Nestle Pure Life memiliki kandungan manfaat yang dapat menyegarkan dahaga.....	123
Tabel 4.32 Air Mineral merek Nestle Pure Life air yang menjaga kesehatan kulit.....	124
Tabel 4.33 Air Mineral merek Nestle Pure Life mempunyai kemasan yang menarik.....	125
Tabel 4.34 Ukuran Air Mineral merek Nestle Pure Life yang mudah dibawa....	126
Tabel 4.35 Mengonsumsi Air Mineral merek Nestle Pure Life membuat badan saya terasa segar.....	126
Tabel 4.36 Mengonsumsi Air Mineral merek Nestle Pure Life menjadi pilihan favorit.....	127
Tabel 4.37 Saya memutuskan membeli Air Mineral merek Nestle Pure Life karena kualitas air yang baik.....	128
Tabel 4.38 Saya memutuskan membeli Air Mineral merek Nestle Pure Life karena harganya yang terjangkau.....	129
Tabel 4.39 Saya memutuskan membeli Air Mineral merek Nestle Pure Life karena memiliki kandungan manfaat yang dapat menyehatkan tubuh, menyegarkan dahaga, serta menghidrasi tubuh.....	130
Tabel 4.40 Saya membeli Air Mineral merek Nestle Pure Life karena terkenal dipasaran.....	131
Tabel 4.41 Saya membeli Air Mineral merek Nestle Pure Life karena terjaga kualitasnya.....	131
Tabel 4.42 Saya membeli Air Mineral merek Nestle Pure Life karena memiliki perbedaan dari air mineral yang lainnya.....	132
Tabel 4.43 Saya puas karena Air Mineral merek Nestle Pure Life dapat dibeli <i>online</i>	133
Tabel 4.44 Saya senang karena Air Mineral merek Nestle Pure Life mudah dibeli dimanapun.....	134

Tabel 4.45 Saya suka membeli Air Mineral merek Nestle Pure Life secara <i>offline</i>	135
Tabel 4.46 Saya membeli Air Mineral merek Nestle Pure Life setiap saya butuhkan.....	135
Tabel 4.47 Saya membeli Air Mineral merek Nestle Pure Life setiap akan mengadakan acara rapat.....	136
Tabel 4.48 Saya membeli Air Mineral merek Nestle Pure Life ketika persediaan sudah habis.....	137
Tabel 4.49 Saya membeli Air Mineral merek Nestle Pure Life 5 kali dalam 1 bulan.....	138
Tabel 4.50 Saya membeli Air Mineral merek Nestle Pure Life secara berulang-ulang atau lebih dari satu kali.....	138
Tabel 4.51 Saya melakukan pembelian Air Mineral merek Nestle Pure Life sesuai dengan kebutuhan saya.....	139
Tabel 4.52 Saya memutuskan membeli Air Mineral merek Nestle Pure Life metode pembayaran debit.....	140
Tabel 4.53 Saya memutuskan membeli Air Mineral merek Nestle Pure Life metode pembayaran <i>cash</i> (tunai).....	141
Tabel 4.54 Saya memutuskan membeli Air Mineral merek Nestle Pure Life metode pembayaran dompet digital (DANA/OVO).....	142
Tabel 4.55 Hasil Uji Validitas Penelitian.....	143
Tabel 4.56 Hasil Uji Reliabilitas.....	145
Tabel 4.57 Hasil Uji Multikolinieritas.....	147
Tabel 4.58 Hasil Uji Autokorelasi.....	148
Tabel 4.59 Hasil Uji Koefisien Korelasi.....	153
Tabel 4.60 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	154
Tabel 4.61 Hasil Parameter Uji F.....	155
Tabel 4.62 Hasil Parameter Uji T.....	156

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram Volume Konsumsi Minuman Ringan di Indonesia.....	4
Gambar 1.2 Top Rank Air Mineral.....	7
Gambar 1.3 Diagram Pra Survei Air Mineral Dalam Kemasan Mengenai Alasan Memilih Merek Tersebut (diwilayah Jakarta Timur).....	9
Gambar 1.4 Diagram Pra Survei Air Mineral Dalam Kemasan Mengenai Pembelian Air Mineral (diwilayah Jakarta Timur).....	10
Gambar 1.5 Nestle Pure Life di Indonesia Menerima Corporate Image Award.....	12
Gambar 2.1 Model Proses Pengambilan Keputusan.....	47
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	60
Gambar 2.3 Paradigma Penelitian.....	62
Gambar 4.1 Logo Nestle Pure Life.....	95
Gambar 4.2 Analisis Grafik Hasil Uji Normalitas.....	146
Gambar 4.3 Scatterplot Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	147

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pra Kuesioner Penelitian.....	169
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	172
Lampiran 3 Tabulasi Data Profil Responden.....	186
Lampiran 4 Tabulasi Data Variabel Citra Merek.....	196
Lampiran 5 Tabulasi Data Variabel Kualitas Produk.....	197
Lampiran 6 Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian.....	198
Lampiran 7 Ttabel.....	199
Lampiran 8 F tabel.....	202
Lampiran 9 Rtabel.....	205
Lampiran 10 Tabel Durbin Watson.....	208
Lampiran 11 Hasil Uji Analisis SPSS Citra Merek.....	209
Lampiran 12 Hasil Uji Analisis SPSS Kualitas Produk.....	210
Lampiran 13 Hasil Uji Analisis SPSS Keputusan Pembelian.....	211
Lampiran 14 Hasil Uji Reliabilitas.....	212
Lampiran 15 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	213
Lampiran 16 Hasil Uji Analisis Data.....	215
Lampiran 17 Hasil Uji Hipotesis.....	216
Lampiran 17 Hasil Uji T.....	216
Lampiran 17 Hasil Uji F.....	216
Lampiran 18 Bukti Penyebaran Kuesioner.....	217
Lampiran 19 Catatan Konsultasi Proposal Skripsi dan Skripsi.....	218
Lampiran 20 Daftar Riwayat Hidup.....	219