

**Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Citra Merek  
Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap  
Kepuasan Pelanggan Pada Minuman Dalam Kemasan Teh Pucuk  
Harum**

**TESIS**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen**



**UNIVERSITAS  
BAKRIE**

**BANGKIT HUTOMO PUTRA**

**2191021022**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**

**TAHUN 2021**

## **HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

**Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama : Bangkit Hutomo Putra**  
**NIM : 2191021022**  
**Program Studi : Magister Manajemen**  
**Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Citra  
Merek Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya  
Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Minumam Dalam  
Kemasan Teh Pucuk Harum**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang ditulis untuk memenuhi tugas akhir pada Program Studi Magister Manajemen ini tidak mempunyai persamaan dengan tesis lain.

Demikian pernyataan ini dibuat tanpa paksaan manapun. Apabila pernyataan ini tidak benar, maka akan diberi sanksi oleh Pimpinan Fakultas.

Jakarta, 17 Agustus 2021  
Yang membuat pernyataan,

Bangkit Hutomo Putra  
(NIM. 2191021022)

## HALAMAN PENGESAHAN


Tesis ini diajukan oleh :

Nama : Bangkit Hutomo Putra  
NIM : 2191021022  
Program Studi : Magister Manajemen  
Judul Tesis : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Minumam Dalam Kemasan Teh Pucuk Harum

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen - Universitas Bakrie

## DEWAN PENGUJI

**Pembimbing** : Muchsin Saggaf Shihab, S.E., M.Sc., M.B.A., Ph.D (  )

**Penguji I** : Dr. Jerry Haikal, S.T., M.M. (  )

**Penguji II** : Dr. Lenny Christina Nawangsari, ST., M.M. (  )

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 17 Agustus 2021

## UNGKAPAN TERIMA KASIH

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan nikmat serta hidayah-Nya terutama nikmat kesempatan dan kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan Mei 2021 sampai dengan Agustus 2021 dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan Pada Minumam Dalam Kemasan Teh Pucuk Harum”. Maka penulis menyampaikan terima kasih kepada Bapak Arief B. Suharko, BSSE. MSEE. PhD selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen, Bapak Muchsin Saggaf Shihab, S.E., M.Sc., M.B.A., Ph.D selaku dosen pembimbing, Bapak Dr. Jerry Heikal, ST, MM selaku dosen penguji 1 dan Ibu Dr.Lenny Christina Nawangsari, ST., M.M. selaku dosen penguji 2 yang sudah meluangkan waktu, tenaga dan fikiran dalam pelaksanaan bimbingan dan pengarahan dalam rangka penyelesaian penyusunan skripsi ini. Serta ucapan terima kasih penulis ucapkan kepada seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan bimbingan akademik bagi penulis selama perkuliahan.

Di samping itu, ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada seluruh keluarga besar yang tidak pernah berhenti memberikan semangat dan doa dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Jakarta, 17 Agustus 2021

Bangkit Hutomo Putra

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademika Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Bangkit Hutomo Putra  
NIM. : 2191021022  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Magister Manajemen  
Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (Non Exclusive Royalty Free Right) atas Tesis saya yang berjudul:

**Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Minumam Dalam Kemasan Teh Pucuk Harum**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

***THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE, PROMOTION,  
AND BRAND IMAGE ON PURCHASE DECISIONS AND THE  
IMPACT ON SATISFICATION OF CUSTOMERS ON  
BEVERAGES IN PACKAGED TEH PUCUK HARUM***

***By***

**Bangkit Hutomo Putra**

***Abstract***

*This study is done to prove The Effect of product quality, price, promotion, and brand image on purchase decisions and the impact on satisfication of customers on beverage in packaged Teh Pucuk Harum, with sample 60 people, technique of determining the sample using random sampling method. The data used is the primary data in the form of questionnaires. The hypothesis of this study is a significant effect of product quality, price, promotion, and brand image on purchase decisions and the impact on satisfication of customers on beverage in packaged Teh Pucuk Harum Data collection using questionnaires with Likert scale and analyzed by PLS method (Partial Least Square). The results of this study indicate that the (1) Product quality has significant effect on customer decisions and customer satisfaction (2) Price has no significant effect on customer decisions and customer satisfaction (3) Promotions has significant effect on customer decisions but promotions has no significant effect on customer satisfaction (4) Brand image has no significant effect on customer decisions and customer satisfaction (5) Purchase decisions has no impact on customer satisfaction.*

*Keywords: Product Quality, Price, Promotion, Brand Image, Purchase Decision, Customer of Satisfaction*

# **PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN dan DAMPAKNYA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA MINUMAN DALAM KEMASAN THE PUCUK HARUM**

**Oleh**

**Bangkit Hutomo Putra**

## **Abstrak**

Penelitian ini dilakukan untuk membuktikan Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Minuman Dalam Kemasan Teh Pucuk Harum, dengan sampel 60 orang, teknik penentuan sampel menggunakan metode *random sampling*. Data yang digunakan adalah data primer dalam bentuk kuesioner. Hipotesis penelitian ini adalah pengaruh signifikan dari Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Minuman Dalam Kemasan Teh Pucuk Harum. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala Likert dan dianalisis dengan metode PLS (Partial Least Square). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan dan kepuasan konsumen (2) Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan dan kepuasan konsumen (3) Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan tetapi promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (4) Citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan dan kepuasan konsumen (5) Keputusan pembelian tidak berdampak terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Harga, Promosi, Citra Merek, Keputusan Pembelian, Kepuasan Pelanggan

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>UNGKAPAN TERIMA KASIH .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
I.1 Latar Belakang .....	1
I.2 Rumusan Masalah .....	9
I.3 Tujuan Penelitian .....	9
I.4 Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
II. 1 Landasan Teori .....	11
II. 1.1 Keputusan Pembelian .....	11
II. 1. 1. 1 Tahap – Tahap Keputusan Pembelian .....	11
II. 1. 1. 2 Dimensi Keputusan Pembelian .....	12
II. 1. 2 Kepuasan Pelanggan.....	13
II. 1. 2. 2 Dimensi Kepuasan Konsumen .....	13
II.1.2.3 Indikator Kepuasan Pelanggan .....	13
II.1.3 Kualitas Produk .....	14
II.1.3.1 Dimensi Kualitas Produk.....	14
II.1.4 Harga .....	15
II.1.4.1 Dimensi Harga.....	16
II.1.5 Promosi.....	17
II.1.5.1 Bauran promosi .....	17



II.1.6 Citra Merek.....	18
II.1.6.1 Manfaat Citra Merek .....	19
II.1.6.2 Dimensi Citra Merek .....	19
II.1.6.3 Indikator Citra Merek .....	21
II.2 Peneliti Terdahulu .....	22
II.3 Model Penelitian.....	23
II.4 Hipotesis .....	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>25</b>
III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	25
III.1.1 Definisi Operasional .....	25
III.1.2 Pengukuran Variabel.....	27
III.2 Metode Penentuan Populasi dan Sampel .....	28
III.2.1 Populasi.....	28
III.2.2 Sampel.....	28
III.3 Teknik Pengumpulan Data.....	29
III.3.1 Jenis Data .....	29
III.3.2 Sumber Data.....	30
III.3.3 Pengumpulan Data .....	30
III.4 Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesisi.....	31
III.4.1 Analisis Deskriptif .....	31
III.4.1.1 Analisis Inferensial.....	32
III.4.1.1.1 Langkah-langkah PLS .....	33
III.4.1.2 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	37
III.4.1.3 Uji Hipotesis .....	38
III.4.1.3.1 Parsial (Uji T).....	38
III.4.1.3.2 Uji Signifikan .....	40
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>41</b>
IV.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	41
IV.2 Deskripsi Penelitian .....	42

IV.2.1 Data Deskripsi Responden .....	42
IV.3 Analisis Deskriptif .....	43
IV.4 Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	46
IV.4.1 Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	46
IV.4.2 Uji Validitas Konvergen .....	48
IV.4.3 Uji Validitas Diskrimasi .....	49
IV.4.4 Uji Reliabilitas .....	50
IV.4.5 Uji Hipotesis .....	51
IV.5 Pembahasan .....	55
IV.5.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan .....	55
IV.5.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan .....	56
IV.5.3 Pengaruh Promosi Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan .....	57
IV.5.4 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan .....	58
IV.5.5 Dampak Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	60
<b>BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN .....</b>	<b>61</b>
V.1 Simpulan .....	61
V.3 Keterbatasan Penelitian .....	62
V.4 Saran.....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>65</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pra-Survei Keputusan Pembelian.....	3
Tabel 1. 2 Pra-Survei Kepuasan Pelanggan .....	4
Tabel 1. 3 Top Brand Award Kategori Minuman Tahun 2017 – 2020.....	6
Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu.....	22
Tabel 3. 1 Pengukuran Variabel.....	29
Tabel 3. 2 Skala Likert .....	33
Tabel 3. 3 Bobot Penilaian Berdasarkan Skala Likert.....	33
Tabel 3. 4 Interpretasi Nilai Indeks Jawaban Responden .....	34
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden .....	43
Tabel 4. 2 Interpretasi Nilai Indeks Jawaban Responden .....	45
Tabel 4. 3 Hasil tanggapan responden .....	45
Tabel 4. 4 Hasil nilai loading factor .....	49
Tabel 4. 5 Hasil nilai AVE .....	50
Tabel 4. 6 Composite Reliability .....	51
Tabel 4. 7 Cronbach Alpha .....	51
Tabel 4. 8 R-Square .....	52
Tabel 4. 9 Uji Statistik t .....	53

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Alasan dari Hasil Pra-Survei .....	3
Gambar 2. 1 Model Penelitian .....	24
Gambar 3. 1 Langkah – langkah PLS .....	36
Gambar 3. 2 Konstruk Diagram Jalur .....	37
Gambar 4. 1 <i>Outer model</i> .....	48
Gambar 4. 2 <i>Inner model</i> .....	56