

**PENGARUH CITRA MEREK, DESAIN, KUALITAS DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN MIXUE DI
KOTA KENDARI**

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh:

Irene Tiara Pusparani Pradipta

NPM: 19 03 24851

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2023

Skripsi

**PENGARUH CITRA MEREK, DESAIN, KUALITAS DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN MIXUE DI
KOTA KENDARI**



Disusun Oleh:

Irene Tiara Pusparani Pradipta

NPM: 19 03 24851

**Telah dibaca dan
disetujui oleh:**

Pembimbing

Th. Agung M. Harsiwi, SE., M.Si

11 Mei 2023

Skripsi

**PENGARUH CITRA MEREK, DESAIN, KUALITAS DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN MIXUE DI
KOTA KENDARI**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Irene Tiara Pusparani Pradipta

NPM : 19 03 24851

telah dipertahankan di depan panitia penguji

pada tanggal 12 Juni 2023

**dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1) Program Studi Manajemen**

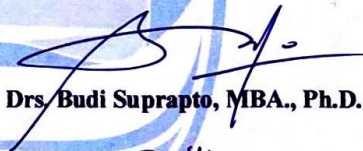
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



Mahestu N. Krisjanti, M.Sc.Ib., Ph.D.

Anggota Panitia Penguji



Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.



Th. Agung M. Harsiwi, SE., M.Si.

Yogyakarta, 12 Juni 2023

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan skripsi dengan judul:

PENGARUH CITRA MEREK, DESAIN, KUALITAS DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN MIXUE DI KOTA KENDARI

Benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis di skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 11 Mei 2023
Yang menyatakan



Irene Tiara Pusparani Pradipta

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas segala berkat dan karunia-Nya kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Desain, Kualitas dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Mixue di Kota Kendari” ini dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini ditulis dan dilakukan sebagai pemenuhan salah satu prasyarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Pada penulisan skripsi ini tidak akan berjalan dengan baik dan lancar apabila peneliti tidak mendapat bantuan, bimbingan dan kontribusi dari berbagai pihak. Peneliti ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan semua dukungan dan bantuan selama proses penulisan skripsi ini. Pihak-pihak tersebut antara lain:

1. Tuhan Yesus Kristus dan Bunda Maria yang telah memberikan segala berkat, rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan lancar dan baik.
2. Orang tuaku tersayang, Alm. Papa Alexander Budhi Setia, Mama Bertha H. Suherlin dan Mbak Grace Kartika Puspitasari Pradipta yang selalu mendukung, meyakinkan dan mendoakan peneliti selama peneliti mengerjakan skripsi dengan baik dan sungguh-sungguh.
3. Ibu Th. Agung M. Harsiwi, SE., M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan penuh kasih memberikan waktu luang, selalu memotivasi serta membimbing peneliti dalam proses penyelesaian skripsi dengan penuh kesabaran, selalu memberikan saran dan masukan agar skripsi ini dapat dengan cepat selesai.
4. Kepada Keluarga besar Soenirman dan Suharlin yang tidak berhenti dalam memberikan dukungan dan semangat dalam pengerjaan Tugas Akhir Skripsi.

5. Kepada sahabat hati peneliti grup “Mapycho” yaitu Irma, Suci, Elin, Widya, Nisa dan Alif yang selalu membuat peneliti tidak merasa sendiri, selalu membuat peneliti semangat dan yakin agar bisa dengan cepat menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepada sahabat dari kecil peneliti yaitu Dita, Agnes, Shinta, Vicky dan Raka yang selalu ada untuk peneliti, selalu memberikan kebahagiaan, dukungan dan bantuan selama proses pengerjaan skripsi.
7. Kepada teman seperjuangan peneliti dari awal perkuliahan hingga akhir yaitu Nova, Dinda, Astrid, Desna, Tyas, Lia, Alsis dan Leo yang telah berjuang bersama untuk mendapatkan hasil terbaik, selalu membantu, mendukung dan menemani peneliti.
8. Responden yang telah bersedia membantu peneliti untuk mengisi kuesioner penelitian ini.
9. Untuk diri sendiri, terima kasih telah bertahan, berjuang, kuat dan yakin dalam mengerjakan skripsi ini sehingga pada akhirnya bisa mendapatkan apa yang diinginkan dan dicita-citakan.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang selalu mendukung, mendoakan peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Tuhan membalas seluruh kebaikan yang telah dilakukan dan diberikan kepada peneliti. Peneliti ingin memohon maaf atas segala kekurangan dan keterbatasan pada skripsi ini dan besar harapan peneliti apabila skripsi ini dapat menjadi wadah dan manfaat untuk pihak-pihak yang membutuhkan kedepannya.

Yogyakarta, 11 Mei 2023



Irene Tiara Pusparani Pradipta

MOTTO

“Janganlah hendaknya kamu kuatir tentang apa pun juga, tetapi nyatakanlah dalam segala hal keinginanmu kepada Allah dalam doa dan permohonan dengan ucapan syukur”

(Filipi 4 : 6)



DAFTAR ISI

Skripsi	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
MOTTO	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
Abstrak	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Batasan Masalah.....	7
1.4. Tujuan Penelitian.....	8
1.5. Manfaat Penelitian.....	9
1.6. Sistematika Laporan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1. Citra Merek.....	12
2.2. Desain.....	13
2.3. Kualitas.....	15
2.4. Harga	17
2.5. Keputusan Pembelian	18
2.6. Penelitian Terdahulu.....	20
2.7. Kerangka Penelitian	23
2.8. Hipotesis	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	30
3.1. Lokasi Penelitian	30
3.2. Populasi dan Sampel	30
3.3. Metode Pengambilan Sampel.....	31
3.4. Data Penelitian	32
3.5. Metode Pengumpulan Data	32

3.6.	Instrumen Penelitian	33
3.7.	Metode Pengujian Instrumen.....	35
3.7.1.	Uji Validitas	35
3.7.2.	Uji Reliabilitas	35
3.8.	Metode Analisis Data	35
3.8.1.	Analisis Statistik Deskriptif	36
3.8.2.	Analisis Regresi Linier Berganda	37
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1.	Profil Responden	40
4.2.	Pengujian Instrumen.....	42
4.2.1.	Uji Validitas	42
4.2.2.	Uji Reliabilitas	43
4.3.	Analisis Deskriptif Variabel.....	44
4.3.1.	Variabel Citra Merek.....	44
4.3.2.	Variabel Desain.....	45
4.3.3.	Variabel Kualitas.....	46
4.3.4.	Variabel Harga	47
4.3.5.	Variabel Keputusan Pembelian	48
4.4.	Pengaruh Citra Merek, Desain, Kualitas dan Harga terhadap Keputusan Pembelian	48
4.5.	Pembahasan	51
4.5.1.	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	51
4.5.2.	Pengaruh Desain terhadap Keputusan Pembelian.....	52
4.5.3.	Pengaruh Kualitas terhadap Keputusan Pembelian.....	53
4.5.4.	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	54
BAB V	PENUTUP.....	56
5.1.	Kesimpulan.....	56
5.2.	Implikasi Manajerial.....	57
5.3.	Keterbatasan Penelitian	59
5.4.	Saran	60
DAFTAR PUSTAKA		61
LAMPIRAN.....		65

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Nilai Pasar <i>Bubble Tea</i> di Negara-Negara Asia Tenggara (2021)	2
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 4. 1 Profil Responden	40
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas	42
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas	43
Tabel 4. 4 Penilaian Responden Variabel Citra Merek	44
Tabel 4. 5 Penilaian Responden Variabel Desain	45
Tabel 4. 6 Penilaian Responden Variabel Kualitas	46
Tabel 4. 7 Penilaian Responden Variabel Harga	47
Tabel 4. 8 Penilaian Responden Variabel Keputusan Pembelian	48
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Pengaruh Citra Merek, Desain, Kualitas dan Harga terhadap Keputusan Pembelian	49



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	23
---------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	65
Lampiran 2 Kuesioner Asli	67
Lampiran 3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	69
Lampiran 4 Statistik Deskriptif Responden	73
Lampiran 5 Statistik Deskriptif Variabel	74
Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	75
Lampiran 7 Rekap Data Kuesioner	76



**PENGARUH CITRA MEREK, DESAIN, KUALITAS DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN MIXUE DI
KOTA KENDARI**

Disusun Oleh:

Irene Tiara Pusparani Pradipta

NPM: 19 03 24851

Pembimbing

Th. Agung M. Harsiwi, SE., M.Si

Abstrak

Perkembangan pada dunia bisnis saat ini sangat pesat dalam berbagai industri. Bisnis kuliner kini terus bertumbuh dan berkembang dan tidak terlihat menurun setelah adanya pandemi. Terutama pada sektor minuman yang di setiap tahun memperoleh inovasi terbaru untuk meluncurkan varian rasa minuman yang tentu menjadi incaran seluruh kalangan masyarakat. Saat ini, di industri minuman selalu tampil dengan menarik dan cepat menyebar ke negara-negara di Asia Tenggara, terutama di Indonesia. Terdapat berbagai macam produk minuman yang menjadi tren, seperti es krim dan minuman teh dengan tambahan *bubble tea* (boba), dan semua itu berkembang di pasar secara cepat.

Penelitian ini mempunyai tujuan menganalisis pengaruh citra merek, desain, kualitas dan harga terhadap keputusan pembelian pelanggan Mixue di Kota Kendari. Sampel pada penelitian ini yaitu sebanyak 145 responden. Teknik pengambilan sampel dengan *purposive sampling*. Data yang digunakan adalah data primer yang telah diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara *online* melalui *google form* dengan kriteria responden yaitu berdomisili di Kota Kendari, mengetahui dan pernah membeli produk Mixue minimal 2 (dua) kali dalam 3 (tiga) bulan terakhir. Analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Data diolah menggunakan *software* SPSS versi 23.0.

Hasil penelitian ini menyatakan citra merek berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Desain berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Kualitas berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: citra merek, desain, kualitas, harga, keputusan pembelian.