

**PERAN CITRA MEREK MEMEDIASI PENGARUH
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MILO ACTIV-GO UHT
DI PT GRAHA ARTHA PERSADA**

SKRIPSI

**Diajukan kepada
Universitas Pendidikan Ganesha
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Ekonomi**



**Oleh
NURUL ANISA
NIM 1717041047**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA
2021**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS DAN
MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK UJIAN
SARJANA EKONOMI**

Menyetujui

Pembimbing I,



Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si
NIP. 197611102014042001

Pembimbing II



Rahutama Atidira, S.T., M.M
NIP. 198805032018031001

Skripsi oleh Nurul Anisa ini
telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal 09 Juli 2021

Dewan Penguji



Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si (Ketua)
NIP. 197611102014042001



Rahutama Atidira, S.T., M.M (Anggota)
NIP. 198805032018031001



Ni Made Dwi Ariani Mayasari, S.E., M.M (Anggota)
NIP. 198505042015042001

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi

Universitas Pendidikan Ganesha

guna memenuhi syarat- syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi

Pada:

Hari : Jumat

Tanggal : 09 Juli 2021

Mengetahui,

Ketua Ujian,

Sekretaris Ujian,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.
NIP. 196810291993032001



Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M.
NIP. 198309212015041001

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha



Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA
NIP. 197906162002121003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Peran citra merek memediasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Milo Activ-Go UHT di PT Graha Artha Persada” beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan aturan yang berlaku dalam bidang keilmuan. Atas Pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/ sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atas aturan keilmuan dalam karya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya ini.

Singaraja, 22 Juni 2021

Yang membuat pernyataan,



Nurul Anisa
NIM. 1717041047

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadapan Tuhan yang Maha Esa/ Ida Sang Hyang Widhi Wasa, karena berkat rahmat dan karunianya lah, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Peran Citra Merek Memediasi Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Milo Activ-Go UHT di PT Graha Artha Persada”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bimbingan, arahan, serta bantuan baik moral maupun material dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. I Nyoman Jampel, M. Pd. selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si.,Ak., CPA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
4. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M. selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen
5. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si selaku Pembimbing I yang senantiasa membimbing, memberikan motivasi, penuh tanggung jawab dan semangat mengarahkan penulis sampai terselesaikannya skripsi ini.
6. Rahutama Atidira, S.T., M.M selaku Pembimbing II yang dengan segala kesabaran dan semangat dalam memberikan bimbingan dan masukan selama proses penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen, Kepala Tata Usaha serta staf di Jurusan Manajemen yang selalu mendidik dan memberikan saran selama penulis belajar di Program Studi Manajemen.
8. Kepala Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha beserta staf yang telah memberikan kemudahan pelayanan peminjaman buku-buku yang dibutuhkan selama penyusunan skripsi ini.

9. Kedua orang tua saya, saudara dan seluruh keluarga saya yang selalu memberikan kasih sayang, motivasi, dukungan serta doa yang tulus sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.

Menyadari atas segala keterbatasan kemampuan penulis bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari para pembaca sebagai bahan masukan bagi penulis dimasa yang akan datang. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.



DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
PRAKATA	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Pembatasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Keputusan Pembelian	9
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian	9
2.1.2 Dimensi Keputusan Pembelian	10
2.1.3 Indikator Keputusan Pembelian	11
2.2 Kualitas Produk	12
2.2.1 Pengertian Kualitas Produk	12
2.2.2 Dimensi Kualitas Produk	13
2.2.3 indikator Kualitas Produk	14
2.3 Citra Merek	15
2.3.1 Pengertian Citra merek	15
2.3.2 Dimensi Citra Merek	15
2.3.3 Indikator Citra Merek	16
2.4 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	17
2.5 Hubungan Antar Variabel	21

2.5.1 Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .	21
2.5.2 Hubungan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	22
2.5.3 Hubungan Kualitas Produk Terhadap Citra Merek.....	22
2.5.4 Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek	23
2.6 Kerangka Berfikir.....	24
2.7 Hipotesis Penelitian.....	25

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	26
3.2 Rancangan Penelitian.....	26
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	26
3.4 Sampel Penelitian.....	27
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	27
3.6 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data	28
3.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	28
3.6.2 Instrumen Penelitian.....	29
3.7 Metode dan Teknik Analisis Data.....	33
3.8 Pengujian Hipotesis.....	34
3.9 Pengujian Mediasi.....	38

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	40
4.2 Deskripsi Data.....	41
4.3 Hasil Penelitian	42
4.4 Pengujian Hipotesis.....	43
4.4.1 Pengaruh Kualitas Produk(X_1) Terhadap Keputusan Pembelian(Y)	43
4.4.2 Pengaruh Citra Merek(X_2) Terhadap Keputusan Pembelian(Y)	43
4.4.3 Pengaruh Kualitas Produk (X_1) Terhadap Citra Merek(X_2) .	44
4.4.4 Pengaruh Kualitas Produk(X_1) Terhadap Keputusan Pembelian(Y) Melalui Citra Merek (X_2).....	44

4.4.5	Pengujian Mediasi Citra Merek(X_2) Pada Pengaruh Kualitas Produk(X_1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	45
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian	46
4.5.1	Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Milo Active-Go UHT di PT Graha Artha Persada.....	46
4.5.2	Hubungan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Milo Active-Go UHT di PT Artha Graha Persada.....	48
4.5.3	Hubungan Kualitas Produk Terhadap Citra Merek Milo Active-Go UHT di PT Graha Artha Persada.....	50
4.5.4	Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Milo Active-Go UHT PT Artha Graha Persada	51
4.5.5	Keterbatasan Penelitian	52
4.6	Implikasi Penelitian.....	52
BAB V PENUTUP		
5.1	Rangkuman	54
5.2	Simpulan	55
5.3	Saran.....	56
DAFTAR RUJUKAN		57
LAMPIRAN.....		61

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan Milo Activ-Go UHT di PT Graha Artha Persada Periode Maret- September 2020.....	2
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	17
Tabel 3.1 Variabel, Definisi, Operasional, Indikator, dan Skala Ukur.....	28
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Item Soal Variabel Kualitas Produk.....	30
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Item Soal Variabel Citra Merek.....	31
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Item Soal Variabel Keputusan Pembelian.....	31
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Keseluruhan.....	32
Tabel 3.6 Perhitungan Sumbangan Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung X_1 dan X_2 terhadap Y	38
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Konsumen Milo Activ-Go UHT di PT Graha Artha Persada Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Konsumen Milo Activ-Go UHT di PT Graha Artha Persada Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4.3 Hasil Analisis Deskriptif.....	41
Tabel 4.4 Sumbangan Pengaruh Kualitas Produk (X_1) dan Citra Merek (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Peran Citra Merek Memediasi Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Milo Activ-Go UHT di PT Graha Artha Persada	25
Gambar 3.1 Sub-Struktur Pengaruh Kualitas Produk (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	34
Gambar 3.2 Sub-Struktur Pengaruh Citra Merek (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	35
Gambar 3.3 Sub-Struktur Pengaruh Kualitas Produk (X_1) terhadap Citra Merek (X_2)	36
Gambar 3.4 Sub-Struktur Pengaruh Kualitas Produk (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) melalui Citra Merek (X_2)	37
Gambar 4.1 Struktur Pengaruh Variabel Kualitas Produk (X_1) dan Citra Merek (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Milo Activ-Go UHT di PT Graha Artha Persada	42

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 01 Kuesioner Penelitian.....	62
Lampiran 02 Hasil Data Gambaran umum Responden.....	66
Lampiran 03 Uji Reliabilitas dan Validitas Variabel Kualitas Produk.....	68
Lampiran 04 Uji Reliabilitas dan Validitas Variabel Citra Merek	75
Lampiran 05 Uji Reliabilitas dan Validitas Variabel Keputusan Pembelian	82
Lampiran 06 Hasil Kuesioner Analisis Jalur Variabel Kualitas Produk.....	89
Lampiran 07 Hasil Kuesioner Analisis Jalur Variabel Citra Merek	94
Lampiran 08 Hasil Kuesioner Analisis Jalur Variabel Keputusan Pembelian	99
Lampiran 09 Tabulasi Data Analisis Jalur	104
Lampiran 10 Hasil Output SPSS Kualitas Produk (X_1), Citra Merek (X_2) dan Keputusan Pembelian (Y)	106
Lampiran 11 Deskripsi Data Kualitas Produk (X_1), Citra Merek (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	112
Lampiran 12 Hasil Analisis Jalur	121
Lampiran 13 Hasil Uji Validitas dan Realibilitas	122
Lampiran 14 Sumbangan Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	123