



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA

SKRIPSI

Pengaruh Iklan Televisi, *Brand Image*, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Teh Dalam Kemasan Siap Minum Teh Pucuk Harum di Toko Cemilan Perumtas 3 Sidoarjo.

Armanda Yuli Agasti Ningsih
171500158

Dosen Pembimbing
I Made Bagus Dwiarta, SE., M.M

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2021

**PENGARUH IKLAN TELEVISI, *BRAND IMAGE*, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA KONSUMEN TEH SIAP MINUM
DALAM KEMASAN TEH PUCUK HARUM DI TOKO
CEMILAN PERUMTAS 3 SIDOARJO**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Program Studi Manajemen
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

**ARMANDA YULI AGASTI NINGSIH
NIM: 171500158**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
PGRI ADIBUANA SURABAYA
2021**

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing dan layak untuk diuji :

Hari : Jumat

Tanggal : 09 April 2021

Dosen Pembimbing,




I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M
NPP: 1109598/DY

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

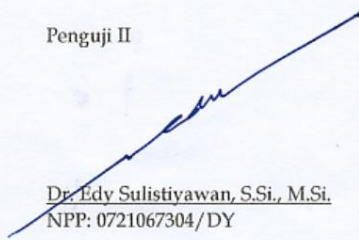
Skripsi ini diterima dan disetujui oleh Panitia Ujian Skripsi Sarjana
Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya:

Pada Hari : Selasa
Tanggal : 20 April
Tahun : 2021

Penguji I


Moch. Munir R, Drs., Ec., M.Si., Dr
NPP: 1601751/DY

Penguji II


Dr. Edy Sulistiyawan, S.Si., M.Si.
NPP: 0721067304/DY

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Armanda Yuli Agasti Ningsih

NIM : 171500158

Program Studi : Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi
Buana Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian (skripsi) saya dengan judul : "Pengaruh Iklan Televisi, *Brand Image*, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Teh Siap Minum Dalam Kemasan Teh Pucuk Harum di Toko Cemilan Perumtas 3 Sidoarjo" yang saya usulkan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Tahun Akademik 2020-2021 bersifat original.

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini (ditemukan unsur plagiasi), maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku. Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar – benarnya.

Surabaya, 23 Maret 2021

Mahasiswa,



Armanda Yuli Agasti Ningsih

NIM: 171500158

v

KATA PENGANTAR

AlhamdulillahRobbil'alamiin, puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT dengan segala limpahan petunjuk dan bimbingan serta berbagai kenikmatan yang telah diberikan sehingga dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan judul "**Pengaruh Iklan Televisi, Brand Image, dan Kualitas produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Teh Dalam Kemasan Siap Minum Teh Pucuk Harum di Toko Cemilan Perumtas 3 Sidoarjo**".

Selama proses penulisan hingga terselesainya skripsi ini, penulis banyak mendapat motivasi dan dukungan dari beberapa pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat


1. Dr. M. Soebandowo, M.S., selaku Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Drs. Teguh Purwanto, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya dan selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan koreksi dan membantu selama melakukan penulisan dalam penyusunan skripsi.
4. Kepada Ibu Siti Fatimah, selaku *owner* Toko Cemilan Perumtas 3 Sidorjo yang telah memberikan ijin serta bantuan untuk melakukan penelitian ini.
5. Kepada kedua orang tua saya, Alm. Bapak Abd Latif dan Ibu Suwarsih dan juga saudara yang sudah memberikan doa dan mendukung kepada saya selama penyusunan skripsi.
6. Kepada Riska Laylil Amalia dan keluarga yang telah memberikan banyak bantuan, doa serta semangat untuk saya agar dapat menyelesaikan penelitian ini.

7. Kepada Moh. Dandy Rusdianto, yang telah memberikan banyak dukungan dan semangat untuk saya agar dapat menyelesaikan penelitian ini.
8. Kepada PT. Putra Adi Jaya, Lisjawati, Dwi, Laimena, Larasati dan juga Friska yang telah memberikan kemudahan akses bagi saya untuk ijin kerja.
9. Para teman saya Manajemen 2017 yang telah menemani dan berjuang bersama untuk dapat menyelesaikan pendidikan S1 Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
10. Semua pihak yang telah membantu dan memberikan semangat kepada penulis, sampai penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.

Dalam penulisan proposal skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang sangat penulis harapkan. Akhir kata penulis berharap semoga proposal skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Surabaya, 29 Maret 2021

Penulis,



Armanda Yuli Agasti. N

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas takdirmu saya bisa menyelesaikan skripsi yang sebagai tugas akhir akhir saya dengan tepat waktu.

Dengan ini saya persembahkan karya ini untuk kedua orang tua saya. Untuk bapak terimakasih telah sabar mendidik, memberikan kasih sayang, memberi semangat dan doa, serta untuk perjuangannya menjadikan saya seperti ini. Lalu untuk ibu, terimakasih atas doa dan kasih sayang yang telah diberikan. Terimakasih juga saya ucapkan kepada seluruh dosen dan staff Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya yang telah membantu kelancaran administrasi yang dibutuhkan. Dosen pembimbing yang telah dengan sabar membimbing dan membantu saya dalam penyusunan skripsi ini. Serta untuk *Owner* dan staff Toko Cemilan Perumtas 3 Sidoarjo yang telah menerima saya untuk melakukan penelitian disana.

Ucapan terimakasih juga sembahkan untuk teman-teman kelas Manajemen D 2017, teman-teman seperjuangan dalam menyelesaikan skripsi. Terimakasih atas perhatian dan kenangan yang telah diberikan selama ini.

MOTTO

“Waktu bagaikan pedang. Jika kamu tidak memanfaatkannya dengan baik, maka ia akan memanfaatkanmu.”

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas (iklan televisi, *brand image*, dan kualitas produk) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian). Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang digunakan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan jika terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas (iklan televisi, *brand image*, dan kualitas produk) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian) pada produk Teh Pucuk Harum di Toko Cemilan Perumtas 3 Sidoarjo. Berdasarkan hasil uji t-hitung dari ketiga variabel bebas yang ada, variabel iklan televisi memiliki nilai sebesar 3.196, *brand Image* memiliki nilai sebesar 3.634 dan kualitas produk memiliki nilai sebesar 3.110. Sedangkan berdasarkan hasil uji F dapat diketahui bahwa nilai F hitung = 13.522, hal ini berarti bahwa variabel iklan televisi, *brand image*, dan keputusan pembelian secara bersama - sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Iklan Televisi, *Brand Image*, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.

Abstrack

This study aims to determine the influence of free variables (television advertising, brand image, and product quality) on bound variables (purchasing decisions). This research is quantitative research with questionnaires as a data collection tool used. The results of this study show if there is a significant influence of free variables (television advertising, brand image, and product quality) on the bound variables (purchasing decisions) on Teh Pucuk Harum products at Peruntas 3 Sidoarjo Snack Shop. Based on the t-count test results of the three free variables, television advertising variables have a value of 3,196, brand Image has a value of 3,634 and product quality has a value of 3,110. While based on the results of the test F can be known that the value of F count = 13,522, this means that the variables of television advertising, brand image, and purchasing decisions together have an effect on purchasing decisions.

Keywords: Television Ads, Brand Image, Product Quality, Purchase Decisions.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	v
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
MOTTO.....	ix
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	9
BAB II TELAAH PUSTAKA	
2.1. Penelitian Terdahulu	11
2.2. Landasan Teori	18
1. Manajemen Pemasaran	18
2. Perilaku Konsumen.....	21
3. Iklan Televisi	21
a. Indikator Iklan Televisi	22

4.	<i>Brand Image</i>	24
	a. Faktor Pembentuk <i>Brand Image</i>	26
	b. Indikator <i>Brand Image</i>	27
5.	Kualitas Produk	28
	a. Indikator Kualitas produk.....	29
6.	Keputusan Pembelian	30
	a. Tahap Keputusan Pembelian	31
	b. Indikator Keputusan Pembelian.....	35
7.	Hubungan Antar Variabel.....	36
2.3.	Kerangka Konseptual	37
2.4.	Hipotesis	38

BAB III METODE PENELITIAN

3.1.	Rancangan Penelitian	39
3.2.	Populasi, Sampel & Teknik pengambilan Sampel	40
	1. Populasi	41
	2. Sampel	41
	3. Teknik Pengambilan Sampel	42
3.3.	Jenis & Sumber Data	42
	1. Jenis Data	42
	2. Sumber Data	43
3.4.	Teknik Pengumpulan Data	43
	1. Teknik Pengumpulan Data	43
	2. Jadwal Penelitian	45
3.5.	Variabel Penelitian & Definisi Operasional variabel	45
	1. Variabel Penelitian	45
	2. Definisi Operasional Variabel	45
3.6.	Teknik Analisa Data	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1.	Gambaran Umum Perusahaan	53
------	--------------------------------	----

4.2. Deskripsi Hasil Penelitian	55
4.3. Analisis Data Penelitian	60
1. Uji Validitas	60
2. Uji Reliabilitas	64
3. Uji Normalitas	64
4. Uji Multikolinieritas	66
5. Uji Heterokedasititas	67
6. Analisis Regresi Linier Berganda	69
7. Uji t	71
8. Uji F.....	72
4.4. Pembahasan Hasil Penelitian	73
 BAB V SIMPULAN & SARAN	
5.1. Simpulan	77
5.2. Saran	78
 DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

TABEL :

1.1. Produsen Teh Kemasan	2
1.2. Top Brand Index Indonesia	5
2.1. Perbedaan & Persamaan Penelitian Terdahulu dengan yang akan dilakukan	14
3.1. Skala Likert	47
4.1. Kategori skor	61
4.2. Distribusi Frekuensi Iklan Televisi	62
4.3. Distribusi Frekuensi Brand Image	63
4.4. Distribusi Frekuensi Kualitas Produk	64
4.5. Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian	65
4.6. Uji Validitas	67
4.7. Uji Reliabilitas	69
4.8. Uji Normalitas	70
4.9. Uji Multikolinieritas	72
4.10. Analisis Regresi Linier Berganda	74
4.11. Uji t Parsial	76
4.12. Uji F	79

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR :

1.1. Belanja Iklan Minuman Teh Kemasan	4
2.1. Kerangka Konseptual	38
3.1. Rencana Penelitian	43
4.1. Struktur Organisasi	60
4.2. Normalitas Plot	71
4.3. Hasil Uji Heterokedastitas	73

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Ijin Penelitian
- Lampiran 2 : Berita Acara Bimbingan Skripsi
- Lampiran 3 : Kuesioner
- Lampiran 4 : Uji Sampel Kecil
- Lampiran 5 : Lampiran Tabel Frekuensi Jawaban Responden
- Lampiran 6 : Uji Validitas
- Lampiran 7 : Uji Reliabilitas
- Lampiran 8 : Uji Normalitas
- Lampiran 9 : Uji Multikolinieritas dan Uji Heterokedastisitas
- Lampiran 10 : Regresi Linier Berganda, Hasil Uji t dan F
- Lampiran 11 : Dokumentasi

