

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK
DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN TEH GELAS DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Saldea Rafanda
190910077**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK
DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN TEH GELAS DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh:
Saldea Rafanda
190910077**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Saldea Rafanda

NPM : 190910077

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa **“Skripsi”** yang saya buat dengan judul:

“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Teh Gelas Di Kota Batam”

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun

Batam, 24 Januari 2025



Saldea Rafanda
190910077

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK
DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN TEH GLAS DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh
Saldea Rafanda
190910077**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
Seperti tertera dibawah ini**

Batam, 24 Januari 2025



**Tiurniari Purba, S.E., M.M.
Pembimbing**



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, kualitas produk, dan desain produk terhadap keputusan pembelian Teh Gelas di Kota Batam. Jenis penelitian ini merupakan deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian mencakup konsumen yang telah membeli atau menggunakan Teh Gelas di Batam pada tahun 2024, meskipun jumlah pastinya tidak diketahui. Teknik *purposive sampling* digunakan untuk menentukan sampel, dengan pendekatan rumus *Jacob Cohen*, sehingga diperoleh 204 responden. Analisis data dilakukan melalui uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji pengaruh, serta pengujian hipotesis. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa citra merek berkontribusi sebesar 24,2% terhadap keputusan pembelian, kualitas produk sebesar 30,1%, dan desain produk sebesar 31,5%. Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa citra merek, kualitas produk, dan desain produk secara bersama-sama mampu menjelaskan 67,6% variasi dalam keputusan pembelian. Selain itu, hasil uji t dan uji F mengonfirmasi bahwa citra merek, kualitas produk, dan desain produk memiliki pengaruh signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian Teh Gelas di Kota Batam.

Kata kunci: Citra Merek, Desain Produk, Keputusan Pembelian, Kualitas Produk.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of brand image, product quality, and product design on purchasing decisions for Teh Gelas in Batam City. This type of research is descriptive with a quantitative approach. The study population includes consumers who have purchased or used Teh Gelas in Batam in 2024, although the exact number is unknown. Purposive sampling technique was used to determine the sample, with the Jacob Cohen formula approach, so that 204 respondents were obtained. Data analysis was carried out through data quality testing, classical assumption testing, influence testing, and hypothesis testing. The results of multiple linear regression analysis showed that brand image contributed 24.2% to purchasing decisions, product quality 30.1%, and product design 31.5%. The coefficient of determination (R^2) showed that brand image, product quality, and product design together were able to explain 67.6% of the variation in purchasing decisions. In addition, the results of the t-test and F-test confirmed that brand image, product quality, and product design had a significant influence both partially and simultaneously on purchasing decisions for Teh Gelas in Batam City.

Keywords: Brand Image, Purchasing Decision, Product Design, Product Quality.

KATA PENGANTAR

Segala puji hanya milik Allah SWT. Shalawat dan salam selalu tercurahkan kepada Rasulullah SAW. Berkat limpahan dan rahmat-Nya penulis mampu menyelesaikan laporan tugas yang telah diberikan oleh pihak Universitas Putera Batam (UPB). Skripsi ini dibuat sebagai syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan, baik dari penulisan maupun tata bahasa yang digunakan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan wujud tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si., CPS. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Ibu Tiurniari Purba, S.E., M.M. selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu dan wawasannya kepada penulis melalui materi perkuliahan.
6. Pihak responden yang telah memberikan penulis kemudahan waktu dan kesempatan dalam melakukan penelitian dan menyelesaikan skripsi ini.
7. Ayah dan Ibu penulis yang senantiasa mendukung penulis dalam segala hal yang penulis lakukan.
8. Teman-teman yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang senantiasa selalu membantu baik moral maupun materi, sehingga saya dapat melanjutkan penyusunan Skripsi ini hingga selesai pada akhirnya.

Semoga Tuhan membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu menyelesaikan Skripsi ini dengan melimpahkan rahmat dan karuniannya.

Batam, 24 Januari 2025



Saldea Rafanda



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PEGESAHAN	iv
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Batasan Masalah	8
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian	9
1.6 Manfaat Penelitian	10
1.6.1 Secara Teoritis	10
1.6.2 Secara Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teori	13
2.1.1 Citra Merek	13
2.1.1.1 Pengertian Citra Merek	13
2.1.1.2 Faktor Yang Mempengaruhi Citra Merek	14
2.1.1.3 Indikator Citra Merek	16
2.1.2 Kualitas Produk	18
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Produk	18
2.1.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk	19
2.1.2.3 Indikator Kualitas Produk	24
2.1.3 Desain Produk	25
2.1.3.1 Pengertian Desain Produk	25
2.1.3.2 Aspek Desain Produk	26
2.1.3.3 Indikator Desain Produk	28
2.1.4 Keputusan Pembelian	29
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian	29
2.1.4.2 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	30
2.1.4.3 Indikator Keputusan Pembelian	32
2.2 Penelitian Terdahulu	34
2.3 Kerangka Pemikiran	36
2.3.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	36
2.3.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	36
2.3.3 Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian	37

2.4	Hipotesis.....	38
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis Penelitian.....	39
3.2	Sifat Penelitian	39
3.3	Lokasi dan Periode Penelitian	40
3.3.1	Lokasi Penelitian	40
3.3.2	Periode Penelitian.....	40
3.4	Populasi dan Sampel	41
3.4.1	Populasi	41
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel.....	41
3.4.3	Teknik <i>Sampling</i>	42
3.5	Sumber Data.....	43
3.6	Metode Pengumpulan Data	44
3.7	Definisi Operasional Variabel Penelitian	46
3.7.1	Variabel Independen (X).....	46
3.7.2	Variabel Dependen (Y)	46
3.8	Metode Analisis Data	47
3.8.1	Uji Statistik Deskriptif	47
3.8.2	Uji Kualitas Data	49
3.8.2.1	Uji Validitas	49
3.8.2.2	Uji Reliabilitas.....	50
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	51
3.8.3.1	Uji Normalitas	51
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas	52
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas	53
3.8.4	Uji Pengaruh.....	54
3.8.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	54
3.8.4.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	55
3.9	Uji Hipotesis.....	56
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	56
3.9.2	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	60
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden.....	61
4.2.1	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
4.2.2	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	62
4.2.3	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	62
4.2.4	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian	63
4.3	Deskripsi Jawaban Responden	64
4.3.1	Deskriptif Citra Merek (X1).....	64
4.3.2	Deskriptif Kualitas Produk (X2)	66
4.3.3	Deskriptif Desain Produk (X3)	67
4.3.4	Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)	68
4.4	Analisis Data	70
4.4.1	Uji Kualitas Data	70

4.4.1.1 Uji Validitas	70
4.4.1.2 Uji Reliabilitas.....	73
4.4.2 Uji Asumsi Klasik	74
4.4.2.1 Uji Normalitas	74
4.4.2.2 Uji Multikolinearitas	77
4.4.2.3 Uji Heteroskedastisitas	78
4.4.3 Uji Pengaruh.....	79
4.4.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	79
4.4.3.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	80
4.5 Pengujian Hipotesis.....	81
4.5.1 Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	81
4.5.2 Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F	83
4.6 Pembahasan.....	84
4.6.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	84
4.6.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	85
4.6.3 Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian	86
4.6.4 Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	87
4.7 Implikasi Hasil Penelitian	88
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	90
5.2 Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA	93
Lampiran 1. Pendukung Penelitian	
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Jenis dan Desain Produk Teh Gelas	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	38
Gambar 4.1 Uji Normalitas Dengan Histogram	74
Gambar 4.2 Uji Normalitas Dengan Diagram <i>Normal P-P Plot</i>	75
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas	78

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 <i>Top Brand</i> Kategori Teh Dalam Kemasan Siap Minum 2023-2024.....	3
Tabel 1.2 Minuman Teh Kemasan Favorit Masyarakat Indonesia 2023.....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	40
Tabel 3.2 Pemberian Skor Kuesioner.....	45
Tabel 3.3 Operasional Variabel.....	47
Tabel 3.4 Kategori Rentang Skala.....	49
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	62
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	62
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	63
Tabel 4.5 Rentang Skala.....	64
Tabel 4.6 Deskriptif Citra Merek	65
Tabel 4.7 Deskriptif Kualitas Produk.....	66
Tabel 4.8 Deskriptif Desain Produk	67
Tabel 4.9 Deskriptif Keputusan Pembelian.....	68
Tabel 4.10 Uji Validitas Citra Merek (X1)	70
Tabel 4.11 Uji Validitas Kualitas Produk (X2)	71
Tabel 4.12 Uji Validitas Desain Produk (X3)	71
Tabel 4.13 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	72
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas.....	73
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	76
Tabel 4.16 Uji Multikolinearitas	77
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	79
Tabel 4.18 Hasil Uji Analisis Koefesien Determinasi (R^2).....	81
Tabel 4.19 Hasil Uji t (Parsial).....	82
Tabel 4.20 Hasil Uji f (Simultan).....	83

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 <i>Jacob Cohen</i>	42
Rumus 3.2 Rentang Skala	48
Rumus 3.3 <i>Pearson Correlation</i>	50
Rumus 3.4 <i>Alpha Cronbach</i>	51
Rumus 3.5 Regresi Linear Berganda.....	55
Rumus 3.6 Koefisien Determinasi	56
Rumus 3.7 Uji t	57
Rumus 3.8 Uji f	59