

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, NILAI PELANGGAN,
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK HYDRO COCO
DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Mery Saragih
200910284**

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, NILAI PELANGGAN,
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK HYDRO COCO
DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Mery Saragih
200910284**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya :

Nama	: Mery Saragih
NPM	: 200910284
Fakultas	: Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Prodi Studi	: Manajemen

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

PENGARUH KUALITAS PRODUK, NILAI PELANGGAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HYDRO COCO 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 yang ada. Apabila ternyata didalam 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 di Universitas Putera Batam. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Batam, 16 Juli 2025



Mery Saragih
200910284

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, NILAI PELANGGAN,
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK HYDRO COCO
DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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

Oleh:

Mery Saragih

200910284

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 16 Juli 2025



**Hikmah, S.E., M.Si.
Dosen Pembimbing**

ABSTRAK

Dalam era globalisasi ini, persaingan bisnis semakin sengit, dengan fokus utama pada pelanggan sebagai aspek krusial bagi perusahaan. Penyediaan yang semakin banyak produk minuman kesehatan untuk konsumen telah meningkatkan ketatnya persaingan antar perusahaan. Akibatnya, bisnis minuman kesehatan yang sebelumnya dikelola secara konvensional bertransformasi menjadi bisnis yang lebih inovatif, dinamis, dan penuh persaingan. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas produk, nilai pelanggan, dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk Hydro Coco di Kota Batam. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner. Sampel penelitian terdiri dari konsumen yang pernah membeli Hydro Coco di kota Batam. Data dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS dengan tahapan uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji pengaruh, serta uji hipotesis. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas produk, nilai pelanggan, dan citra merek secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan persentase kontribusi yang dominan dari ketiga variabel tersebut. Meskipun demikian, terdapat faktor lain di luar penelitian yang turut memengaruhi keputusan pembelian. Uji parsial membuktikan bahwa masing-masing variabel independen, yakni kualitas produk, nilai pelanggan, dan citra merek, memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Hydro Coco di Kota Batam.

Kata kunci: Kualitas produk, Nilai pelanggan, Citra merek, Keputusan pembelian

ABSTRACT

In this era of globalization, business competition is increasingly fierce, with the main focus on customers as a crucial aspect for companies. Providing more and more health drink products for consumers has increased the intense competition between companies. As a result, the health drink business which was previously managed conventionally was transformed into a more innovative, dynamic and competitive business. This study aims to analyze the effect of product quality, customer value, and brand image on purchasing decisions for Hydro Coco products in Batam City. The research method uses a quantitative approach with data collection through questionnaires. The research sample consisted of consumers who had purchased Hydro Coco in Batam city. The data were analyzed using SPSS software with the stages of data quality test, classical assumption test, influence test, and hypothesis testing. The results of the analysis show that product quality, customer value, and brand image together have a significant effect on purchasing decisions, with a dominant percentage contribution from the three variables. However, there are other factors outside the study that also influence purchasing decisions. Partial tests prove that each independent variable, namely product quality, customer value, and brand image, has a positive and significant influence on purchasing decisions for Hydro Coco in Batam City.

Keyword: *Product quality, Customer value, Brand image, Purchasing decisions*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala berkat dan anugerah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) Pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud 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;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku ketua program Studi Manajemen
4. Bapak Dr. Sunarto Wage, S.E., M.Si. Selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
5. Ibu Hikmah, S.E., M.Si. Selaku Pembimbing Akademik Program Studi Manajemen Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora;
6. Dosen dan staf Universitas Putera Batam;
7. Orang tua saya yang selalu mendukung dan mendoakan;
8. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang senantiasa selalu membantu, sehingga saya dapat melanjutkan penyusunan Skripsi ini hingga selesai pada akhirnya.
9. Romando purba sebagai seseorang yang pernah hadir dalam penyelesaian skripsi ini.

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

Batam, 16 Juli 2025



Mery Saragih

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	8
1.3. Batasan Masalah	8
1.4. Rumusan Masalah	9
1.5. Tujuan Penelitian	10
1.6. Manfaat Penelitian	10
1.6.1 Secara Teoritis.....	10
1.6.2 Secara Praktis.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Kajian Teori	12
2.1.1 Kualitas Produk.....	12
2.1.1.1 Pengertian Kualitas Produk.....	12
2.1.1.2 Dimensi Kualitas Produk	13
2.1.1.3 Indikator Kualitas Produk	14
2.1.2 Nilai Pelanggan	16
2.1.2.1 Pengertian Nilai Pelanggan	16
2.1.2.2 Komponen Nilai Pelanggan	16
2.1.2.3 Indikator Nilai Pelanggan	18
2.1.3 Citra Merek	19
2.1.3.1 Pengertian Citra Merek	19
2.1.3.2 Kategori Citra Merek	20
2.1.3.3 Indikator Citra Merek.....	20
2.1.3.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Citra Merek.....	21
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	22
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	22
2.1.4.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	23
2.1.4.3 Indikator Keputusan Pembelian	23
2.2. Penelitian Terdahulu	24
2.3. Kerangka Pemikiran.....	31

2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.3.2 Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian	33
2.3.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	33
2.3.4 Pengaruh Kualitas Produk, Nilai Pelanggan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	33
2.4. Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1. Jenis Penelitian.....	35
3.2. Sifat Penelitian	35
3.3. Lokasi dan Periode Penelitian.....	36
3.3.1 Lokasi Penelitian.....	36
3.3.2 Periode Penelitian	37
3.4. Populasi dan Sampel.....	37
3.4.1 Populasi.....	37
3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel.....	38
3.4.3 Teknik Sampling	39
3.5. Sumber Data.....	40
3.6. Metode Pengumpulan Data.....	40
3.7. Definisi Operasional Variabel Penelitian	41
3.8. Metode Analisis Data	44
3.8.1 Uji Statistik Deskriptif	44
3.8.2 Uji Kualitas Data.....	45
3.8.2.1 Uji Validaitas	45
3.8.2.2 Uji Reliabilitas	46
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	47
3.8.3.1 Uji Normalitas.....	47
3.8.3.2 Uji Multikoliniearitas	48
3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas	48
3.8.4 Uji Pengaruh	49
3.8.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	49
3.8.4.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	50
3.9. Uji Hipotesis	51
3.9.1 Uji Hipotesis Secara Parsial - Uji t.....	51
3.9.2 Uji Hipotesis Secara simultan – Uji f	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	54
4.2. Deskripsi Karakteristik Responden.....	57
4.2.1 Hasil Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
4.2.2 Hasil Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	58
4.2.3 Hasil Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Berlangganan	59
4.3. Deskripsi Jawaban Responden.....	60
4.3.1 Deskriptif Kualitas Produk (X_1).....	61
4.3.2 Deskriptif Nilai Pelanggan (X_2).....	62
4.3.3 Deskriptif Citra Merek (X_3).....	64
4.3.4 Keputusan Pembelian (Y).....	65
4.4. Analisis Data	67

4.4.1 Uji Kualitas Data.....	67
4.4.1.1 Uji Validitas	67
4.4.1.2 Uji Reabilitas.....	70
4.4.2 Uji Asumsi Klasik	71
4.4.2.1 Uji Normalitas.....	71
4.4.2.2 Uji Multikolinearitas	73
4.4.2.3 Uji Heteroskedastisitas	74
4.4.3 Uji Pengaruh	76
4.4.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	76
4.4.3.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	77
4.5. Pengujian Hipotesis	78
4.5.1 Uji Hipotesis Parsial – Uji t	78
4.5.2 Uji Hipotesis Simultan – Uji f	79
4.6. Pembahasan	80
4.6.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	80
4.6.2 Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian	81
4.6.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	82
4.6.4 Pengaruh Kualitas Produk, Nilai Pelanggan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	83
4.7. Implikasi Hasil Penelitian	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	85
5.1. Kesimpulan	85
5.2. Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	88
<u>LAMPIRAN</u>	
Lampiran 1. Pendukung Penelitian	
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Review produk Hydro Coco	5
Gambar 1. 2	Data Penelitian Nilai Pelanggan	6
Gambar 1. 3	Top Brand Indeks Minuman Isotonik	7
Gambar 2. 1	Kerangka Pemikiran	32
Gambar 4. 1	Uji Normalitas Grafik Kurva Histogram	71
Gambar 4. 2	Hasil Uji Normalitas (P.P Plot)	72
Gambar 4. 3	Scatterplot Uji Heterokedasitas.....	74

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian	37
Tabel 3. 2 Skala Likert	41
Tabel 3. 3 Definisi Operasional Variabel	43
Tabel 3. 4 Kriteria Rentan Skala	45
Tabel 4. 1 Deskripsi Karakteristik Responden	57
Tabel 4. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4. 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Rentan Usia.....	58
Tabel 4. 4 Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Berlangganan	59
Tabel 4. 5 Rentan Skala	60
Tabel 4. 6 Deskriptif Kualitas Produk	61
Tabel 4. 7 Deskriptif Nilai Pelanggan	62
Tabel 4. 8 Deskriptif Citra Merek.....	64
Tabel 4. 9 Keputusan Pembelian	65
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Data Kualitas Produk	68
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	68
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Citra Merek	69
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	70
Tabel 4. 14 Uji Realibilitas	70
Tabel 4. 15 Uji Kolmogorov-Smirnov	72
Tabel 4. 16 Uji Multikolinearitas.....	73
Tabel 4. 17 Uji Heterokedasitas.....	75
Tabel 4. 18 Analisis Linear Berganda	76
Tabel 4. 19 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	77
Tabel 4. 20 Uji Hipotesis Secara Parsial (uji t).....	78
Tabel 4. 21 Uji Hipotesis Secara Simultan (uji f).....	80

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1 Rumus Jacob Cohen	38
Rumus 3. 2 Rumus Rentan Skala.....	44
Rumus 3. 3 Person Product Moment	46
Rumus 3. 4 Alpha Cronbach's	47
Rumus 3. 5 Rumus Persamaan Regresi.....	49
Rumus 3. 6 Koefisien Determinasi	50
Rumus 3. 7 Rumus t hitung.....	52
Rumus 3. 8 Rumus f hitung	53
Rumus 4. 1 r Tabel	68