

**PENGARUH KUALITAS PRODUK,
BRAND IMAGE DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK YEO'S GREEN
TEA DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh :
Agustian Candra
210910022**

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK,
BRAND IMAGE DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK YEO'S GREEN
TEA DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi salah satu syarat
Memperoleh Gelar Sarjana**



**Oleh:
Agustian Candra**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Agustian Candra

NPM : 210910022

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat dengan judul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK YEO'S GREEN TEA DI KOTA BATAM

Adalah hasil karya sendiri dan bukan merupakan "duplikasi" dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip di dalam 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 yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dan siapapun.

Batam, 23 Juli 2025



Agustian Candra

210910022

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
YEO'S GREEN TEA DI KOTA BATAM**

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

Oleh:

Agustian Candra

210910022

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

Batam, 23 Juli 2025



Tiurniari Purba, S.E., M.M.

Pembimbing

ABSTRAK

Dalam dunia bisnis yang sangat kompetitif, manajemen pemasaran merupakan salah satu aspek kunci yang menentukan keberhasilan suatu perusahaan. Manajemen pemasaran mencakup berbagai kegiatan yang bertujuan untuk memahami dan memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen. Proses ini melibatkan penciptaan, pengomunikasian, dan penyampaian nilai kepada konsumen melalui produk atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, citra merek, dan promosi terhadap keputusan pembelian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengujian hipotesis dilakukan dengan tujuan memberikan gambaran tentang hubungan antara masing-masing variabel independen, yaitu kualitas produk, citra merek, dan promosi, terhadap variabel dependen, yaitu keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, citra merek, dan promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan, baik secara parsial maupun simultan, terhadap keputusan pembelian produk Teh Hijau Yeo's di Kota Batam.

Kata Kunci: Citra Merek; Kualitas Produk; Promosi; Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

In a highly competitive business world, marketing management is one of the key aspects that determines the success of a company. Marketing management encompasses various activities aimed at understanding and fulfilling consumer needs and desires. This process involves creating, communicating, and delivering value to consumers through products or services offered by the company. This study aims to determine the effect of product quality, brand image, and promotion on purchasing decisions. The method used in this study is a quantitative method with data collection through a questionnaire. The results show that hypothesis testing was carried out with the aim of providing an overview of the relationship between each independent variable, namely product quality, brand image, and promotion, affecting the dependent variable, namely purchasing decisions. The results show that product quality, brand image, and promotion have a positive and significant influence, both partially and simultaneously, on purchasing decisions for Yeo's Green Tea products in Batam City.

Keywords: Brand Image; Product Quality; Promotion; Purchasing Decisions.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image*, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Yeo's Green Tea di Batam". Proposal ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi Strata 1 (S1) di Universitas Putera Batam.

Dalam penyusunan proposal ini, penulis mendapatkan banyak bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya 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 Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
4. Ibu Tiurniari Purba, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing, yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan saran yang sangat berharga dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Alice Erni Husein, B.Bus., S.E., M.M. selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan masukan dan saran yang berharga dalam penyusunan skripsi ini.
6. Orang Tua dan Keluarga, yang selalu memberikan doa, dukungan, serta motivasi kepada penulis.
7. Teman-teman dan Rekan Mahasiswa, yang telah memberikan bantuan dan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung selama proses penyusunan proposal ini.
8. Bapak Deankt dan bala-bala family, yang telah menemani dan memberikan semangat saya dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa selalu memberkati kita semua dalam berkuasa dan karunia-Nya, Amin

Batam, 17 Juli 2025

Agustian Candra

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR RUMUS	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	5
1.3. Batasan Masalah.....	6
1.4. Rumusan Masalah	6
1.5. Tujuan Penelitian.....	7
1.6. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Kajian Teori.....	9
2.1.1. Kualitas Produk.....	9
2.1.2. <i>Brand Image</i>	15
2.1.3. Promosi	18
2.1.4. Keputusan Pembelian.....	22
2.1.5. Yeo's Green Tea	25
2.2. Penelitian Terdahulu.....	28
2.3. Kerangka Berfikir.....	33
2.3.1. Hubungan Antara Variabel Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	33
2.3.2. Hubungan Antara <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian ..	34
2.3.3. Hubungan Antara Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	34
2.3.4. Hubungan Antara Kualitas Produk, <i>Brand Image</i> , dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian.....	35
2.4. Hipotesis Penelitian.....	36

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1. Jenis Penelitian	38
3.2. Sifat Penelitian	38
3.3. Lokasi Penelitian Dan Periode Penelitian	39
3.3.1. Lokasi Penelitian.....	39
3.3.2. Periode Penelitian.....	39
3.4. Populasi Dan Sampel.....	39
3.4.1. Populasi.....	39
3.4.2. Sampel.....	40
3.4.3. Teknik Sampling	42
3.4.4. Sumber Data.....	42
3.4.5. Metode Pengumpulan Data	43
3.4.6. Kuesioner	44
3.5. Definisi Operasional Penelitian.....	44
3.6. Metode Analisis Data	46
3.7. Analisis Deskriptif.....	46
3.8. Uji Kualitas Data	46
3.8.1. Uji Validitas Data.....	47
3.8.2. Uji Reabilitas.....	47
3.8.3. Uji Asumsi Klasik.....	47
3.8.4. Uji Pengaruh	48
3.8.5. Uji Hipotesis	50
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	52
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	52
4.4.1. Sejarah Objek Penelitian.....	52
4.4.2. Visi dan Misi Objek Penelitian	53
4.4.3. Logo Objek Penelitian.....	53
4.2. Deskripsi Karakteristik Responden	54
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
4.3. Deskriptif Jawaban Responden	57

4.3.1.	Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X1)	57
4.3.2.	Deskriptif <i>Brand Image</i> (X2).....	59
4.3.3.	Deskriptif Promosi (X3).....	60
4.3.4.	Deskriptif Kepuasan Pembelian (Y)	62
4.4.	Analisis Data	63
4.4.1.	Hasil Uji Kualitas Data	63
4.4.2.	Hasil Uji Asumsi Klasik	67
4.4.3.	Uji Pengaruh	72
4.5.	Pengujian Hipotesis	74
4.5.1.	Hasil Uji T.....	74
4.5.2.	Hasil Uji F	76
4.6.	Pembahasan	76
4.6.1.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	76
4.6.2.	Pengaruh <i>brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	78
4.6.3.	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	79
4.7.	Implikasi Hasil Pnelitian	80
4.7.1.	Implikasi Teoritis	80
4.7.2.	Implikasi Praktis	81
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		82
5.1.	Simpulan.....	82
5.2.	Saran	83
DAFTAR PUSTAKA		85
LAMPIRAN I PENDUKUNG PENELITIAN.....		89
LAMPIRAN II DAFTAR RIWAYAT HIDUP		115
LAMPIRAN III SURAT KETERANGAN PENELITIAN		117

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Gambar Produk.....	1
Gambar 1.2 Hasil Komparasi Brand Top Brand	2
Gambar 1.3 Branding Yeo's Green Tea	3
Gambar 1.4 Iklan Promosi Yeo's Green Tea	4
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	32
Gambar 3.1 Populasi Penduduk di Kecamatan Lubuk Baja.....	38
Gambar 4.1 Logo Produk	46
Gambar 4.2 Diagram <i>Histogram</i>	61
Gambar 4.3 Diagram <i>Normal P-Plot of Regression Standardized Residual</i>	62
Gambar 4.4 Hasil Uji <i>One-Sampel Kolomogorov-Smirnov</i>	62
Gambar 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas	63
Gambar 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas <i>Park Geiyer</i>	64
Gambar 4.7 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	65
Gambar 4.8 Hasil Uji <i>R Square</i>	66
Gambar 4.9 Hasil Uji <i>t</i>	66
Gambar 4.10 Hasil Uji <i>F</i>	67

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3.1 Masa Penelitian	33
Tabel 3.2 Skala Jawaban Kuesioner.....	37
Tabel 3.3 Skala Linkert	38
Tabel 3.4 Definisi Operasional Variabel.....	39
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	47
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	48
Tabel 4.4 Deskriptif Kualitas Produk.....	49
Tabel 4.5 Deskriptif Brand Image	51
Tabel 4.6 Deskriptif Promosi	53
Tabel 4.7 Deskriptif Keputusan Pembelian.....	55
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1)	57
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Brand Image (X2).....	58
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Promosi (X3)	58
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Promosi (Y)	59
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X1)	59
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Brand Image (X2)	60
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X3)	60
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	60

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Lemeshow	35
Rumus 3.2 Regresi Linier Bergadang	42