

**PENGARUH CITRA MEREK, INOVASI PRODUK
DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
TEH GELAS DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



Oleh:

Sherly Chairani

210910281

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

**PENGARUH CITRA MEREK, INOVASI PRODUK
DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
TEH GELAS DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat

Memperoleh gelar Sarjana



Oleh:

Sherly Chairani

210910281

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Sherly Chairani
NPM : 210910281
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

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

“PENGARUH CITRA MEREK, INOVASI PRODUK DAN IKLAN 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 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, 14 Juli 2025



Sherly Chairani

210910281

**PENGARUH CITRA MEREK, INOVASI PRODUK
DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
TEH GELAS DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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

**Oleh:
Sherly Chairani
210910281**

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

Batam, 14 Juli 2025



Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si.

Pembimbing



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel citra merek, inovasi dan iklan terhadap keputusan pembelian Teh Gelas di Kota Batam. Teknik penentuan sample menggunakan teknik *snowball sampling* karena jumlah sampel tidak diketahui maka jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100 responden. Data diolah menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 26. Analisis metode yang digunakan adalah uji statistik deskriptif, uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, uji pengaruh, uji hipotesis. Dari hasil penelitian, menunjukkan bahwa citra merek, inovasi dan iklan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian Teh Gelas di Kota Batam. Hasil dari analisis koefisien determinasi menyatakan bahwa citra merek, inovasi dan iklan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Teh Gelas sebesar 75,0%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci: Citra Merek; Inovasi; Iklan; Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of brand image, innovation, and advertising variables on purchasing decisions for Teh Gelas in Batam City. The sampling technique used snowball sampling because the number of samples was unknown, so the number of respondents in this study was 100 respondents. Data were processed using SPSS (Statistical Product and Service Solution) version 26. The analysis methods used were descriptive statistical tests, validity tests, reliability tests, classical assumption tests, influence tests, and hypothesis tests. From the results of the study, it shows that brand image, innovation, and advertising have a significant influence simultaneously on purchasing decisions for Teh Gelas in Batam City. The results of the coefficient of determination analysis state that brand image, innovation, and advertising have a significant influence on purchasing decisions for Teh Gelas by 75.0%. While the rest is influenced by other variables not studied.

Keywords: *Brand Image; Product Innovation; Advertising; Purchasing Decision*

KATA PENGANTAR

Saya mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini, yang merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) di Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam.

Saya menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan, dan dengan senang hati menerima kritik dan saran yang membangun. Dengan segala keterbatasan, saya menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S. Kom., M.SI., selaku Rektor Universitas Putera Batam, dan selaku pembimbing skripsi di Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.kom., selaku Dekan Fakultas.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si., selaku Ketua Program Studi.
4. Seluruh dosen dan staf Universitas Putera Batam.
5. Orang tua tercinta, Bapak Hendri Ali Marnal dan Ibu Asnidawati, yang telah memberikan doa, dukungan, kasih sayang, dan semangat kepada saya.
6. Semua pihak yang telah membantu dalam pembuatan proposal penelitian ini, yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu.
7. Terima kasih kepada diri saya sendiri karena telah berjuang, tidak menyerah, dan berusaha menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.

Batam, 14 Juli 2025

Penulis



Sherly Chairani



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.	KESALAHAN! BOOKMARK TIDAK DITENTUKAN.
HALAMAN JUDUL	KESALAHAN! BOOKMARK TIDAK DITENTUKAN.
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....	KESALAHAN! BOOKMARK TIDAK DITENTUKAN.
HALAMAN PENGESAHAN	KESALAHAN! BOOKMARK TIDAK DITENTUKAN.
ABSTRAK	VIII
ABSTRACT	IX
KATA PENGANTAR...	KESALAHAN! BOOKMARK TIDAK DITENTUKAN.
DAFTAR ISI	XII
DAFTAR GAMBAR	IX
DAFTAR TABEL	X
DAFTAR RUMUS.....	XI
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	11
1.3 Batasan Masalah.....	12
1.4 Rumusan Masalah	13
1.5 Tujuan Penelitian.....	13
1.6 Manfaat Penelitian	14
1.6.1 Manfaat Teoritis	14
1.6.2 Manfaat Praktis	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Kajian Teori.....	16
2.1.1 Citra Merek	16
2.1.1.1 Pengertian Citra Merek	16
2.1.2 Inovasi.....	19
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	25
2.2 Penelitian Terdahulu.....	31
2.3 Kerangka Berpikir.....	36
2.3.1 Hubungan Antara Variabel Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian ...	36
2.3.3 Hubungan Antara Variabel Iklan Terhadap Keputusan Pembelian	39
2.4 Hipotesis Penelitian.....	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	42
3.1 Jenis Penelitian.....	42

3.2 Sifat Penelitian	42
3.3 Lokasi Penelitian dan Periode Penelitian	42
3.3.1 Lokasi Penelitian	42
3.3.2 Periode Penelitian	42
3.4 Populasi dan Sampel	44
3.4.1 Populasi	44
3.4.2 Teknik Penentuan Jumlah Sampel	44
3.4.3 Teknik Sampling	45
3.5 Sumber Data	45
3.6 Metode Teknik Pengumpulan Data	45
3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian	46
3.7.1 Variabel Bebas (X)	47
3.7.2 Variabel Terikat (Y)	48
3.8 Metode Analisis Data	48
3.8.1 Analisis Deskriptif	48
3.8.2 Uji Kualitas Data	49
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	52
3.8.4 Uji Pengaruh	54
3.9.1 Uji T	55
.....	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
4.1 Gambaran Umum Penelitian	57
4.1.1 Sejarah Objek Penelitian	57
4.1.2 Logo Perusahaan	58
4.1.3 Visi dan Misi Objek Penelitian	58
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden	59
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	60
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	61
4.3 Deskripsi Jawaban Responden	62
4.3.1 Deskripsi Variabel Citra Merek	62
4.3.2 Deskripsi Variabel Inovasi	64
4.3.3 Deskripsi Variabel Iklan	65
4.3.4 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	67
4.4 Uji Kualitas Data	68
4.4.1 Uji Validitas	68
4.4.2 Uji Reliabilitas	71
4.5. Uji Asumsi Klasik	72
4.5.1 Uji Normalitas	72
4.5.2 Uji Multikolinieritas	74
4.5.3. Uji Heteoskedastisitas	75
4.6 Uji Pengaruh	77
4.6.1 Analisis Regresi Berganda	77
4.6.2 Koefisien Determinasi	79

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	89
5.1 Kesimpulan	89
5.2 Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA.....	92
LAMPIRAN I	99
PENDUKUNG PENELITIAN	99
LAMPIRAN II.....	141
RIWAYAT HIDUP	141
LAMPIRAN III	143
SURAT IZIN PENELITIAN	143

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Produk Teh Gelas	6
Gambar 1. 2 Hasil Pra Survei Inovasi Produk	8
Gambar 1. 3 Hasil Pra Survei Daya Tarik Iklan.....	10
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	41
Gambar 4. 1 Logo Teh Gelas	58
Gambar 4. 2 Grafik Histogram.....	72
Gambar 4. 3 Normal Probability Plot	72
Gambar 4. 4 Grafik Scatter Plot Uji Heteroskedastisitas	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Teh Dalam Kemasan Siap Minum.....	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian.....	43
Tabel 3. 2 Skala Likert	46
Tabel 3. 3 Operasional Variabel Bebas.....	47
Tabel 3. 4 Operasional Variabel Terikat	48
Tabel 3. 5 Rentang Skala.....	49
Tabel 3. 6 Rentang Validitas.....	50
Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	60
Tabel 4. 4 Karakteristik Frekuensi Pembelian	61
Tabel 4. 5 Rentang Skala.....	62
Tabel 4. 6 Hasil Deskripsi Variabel Citra Merek	62
Tabel 4. 7 Hasil Deskripsi Variabel Inovasi	64
Tabel 4. 8 Hasil Deskripsi Variabel Iklan.....	65
Tabel 4. 9 Hasil Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	67
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek.....	68
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Variabel Inovasi.....	69
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Variabel Iklan.....	70
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	70
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	71
Tabel 4. 15 Hasil One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	73
Tabel 4. 16 Uji Multikolinieritas	74
Tabel 4. 17 Hasil Uji Heteroskedastisitas	76
Tabel 4. 18 Hasil Regresi Berganda	77
Tabel 4. 19 Koefisien Determinasi (R^2)	79
Tabel 4. 20 Uji t.....	71

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1 Rentang Skala	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Rumus 3. 2 Alpha Cronbach's	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Rumus 3. 3 Regresi Linear Berganda ..	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Rumus 3. 4 Koefisien Determinasi	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Rumus 3. 5 T hitung	56