

**ANALISIS KOMPARASI PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE*,
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SUWEGER
DAN PRODUK HAUS DI SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata -1
Program Studi Administrasi Bisnis**



PUTRI INDAYANI

NPM. 1121800018

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2022

**ANALISIS KOMPARASI PENGARUH KUALITAS
PRODUK, BRAND IMAGE, DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SUWEGER DAN
PRODUK HAUS DI SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata -1
Program Studi Administrasi Bisnis**

Disusun Oleh:

PUTRI INDAYANI

NPM. 1121800018

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2022

**ANALISIS KOMPARASI PENGARUH KUALITAS
PRODUK, *BRAND IMAGE*, DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SUWEGER DAN
PRODUK HAUS DI SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata -1
Program Studi Administrasi Bisnis**



Disusun Oleh:

PUTRI INDAYANI

NPM. 1121800018

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2022

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama
NPM
Judul

**Putri Indayani
F121800018**
**ANALISIS KOMPARASI PENGARUH KUALITAS
PRODUK, BRAND IMAGE, DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SUWEGR DAN
PRODUK HAUS DI SURABAYA**

Surabaya, 13 Juli 2022

**Disetujui Oleh
Dosen Pembimbing**

**Mengetahui,
Dekan**
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**

Dr. Ayun Maduwinarti, M.P.
NPP. 20120.87.0103

Dr. Ayun Maduwinarti, M.P.
NPP. 20120.87.0103

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Dewan Pengaji Fakultas Ilmu Sosial
dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk
memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 13 Juli 2022

Dewan Pengaji

Dr. Ayun Maduwinarti, M.P.
Ketua



2. Dra. Awin Mulyati, M.M.

Anggota



3. Dra. Sri Andayani, M.M.

Anggota



Mengesahkan,
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

Dekan

Dr. Ayun Maduwinarti, M.P.
NPP. 20120.87.0103

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Putri Indayani
NPM : 1121800018
Program studi : Administrasi Bisnis
Judul skripsi : ANALISIS KOMPARASI PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SUWEGER DAN PRODUK HAUS DI SURABAYA

Menyatakan:

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan dari hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahkan jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan suguhan-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 13 Juli 2012

Yang membuat Pernyataan



(Putri Indayani)



LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : PUTRI INDATANI
NBI/ NPM : 1121800018
Fakultas : ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Program Studi : ADMINISTRASI BISNIS
Jenis Karya : Skripsi/ Tesis/ Disertasi/ Laporan Penelitian/ Praktek*

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Nonekslusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

ANALISIS KOMPARASI PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SUWEGER DAN PRODUK HAUS DI SURABAYA

Dengan **Hak Bebas Royalti Nonekslusif (Nonexclusive Royalty - Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Surabaya
Pada tanggal : 03 Juli 2022

Yang Menyatakan,

.....putri.....
993AJX886879518
METERAI TEMPEL

*Coret yang tidak perlu

ABSTRACT

The development of marketing strategies is increasingly skyrocketing, making business people continue to implement the latest breakthroughs to make new invocations and fight other competitors. One of them is a contemporary drink. Contemporary drinks are a term used for innovative and popular drinks, both because of their unique flavors and characteristics. This study aims to find out whether there are differences in product quality, brand image, and price to the purchase decision between Suweger products and Haus products in Surabaya. This type of research uses quantitative research with a comparative approach. This study uses validity test analysis to find out whether the questionnaire is valid or not, reliability test to find out whether the questionnaire is reliable or not, similarity test, where the test is to find out whether or not there is a similarity between 2 variants and uses a difference test to find out whether there are differences from 2 groups. The results showed that on the product quality variable, there was a significant average difference between Suweger products and Haus products towards purchasing decisions, the brand image variable showed that there was no significant average difference between Suweger products and Haus products against purchasing decisions, price variability showed that there was a significant average difference between Suweger products and Haus products to purchasing decisions, and the purchase decision variable shows that there is a significant average difference between Suweger products and Haus products against purchasing decisions.

Keywords : Brand Image, Product Quality, Price, Purchasing Decision

ABSTRAK

Perkembangan strategi pemasaran yang semakin meroket, membuat pelaku bisnis terus melaksanakan terobosan terbaru untuk membuat inovasiterbaru dan melawan kompetitor lainnya. Salah satunya adalah minuman kekinian. Minuman kekinian merupakan istilah yang digunakan untuk minuman-minuman inovatif dan populer, baik kerena rasa maupun ciri khasnya yang unik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan kualitas produk, *brand image*, dan harga terhadap keputusan pembelian antara produk Suweger dan produk Haus di Surabaya. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan komparatif. Penelitian ini menggunakan analisis uji validitas untuk mengetahui apakah kuisioner valid atau tidak, uji reliabilitas untuk mengetahui kuisioner reliabel atau tidak, uji kesamaan, dimana uji tersebut untuk mengetahui adanya atau tidak ada kesamaan antara 2 varian dan menggunakan uji beda untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan dari 2 kelompok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada variabel kualitas produk, ada perbedaan rata-rata yang signifikan antara produk Suweger dan produk Haus terhadap keputusan pembelian. Variabel *brand image* menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan rata-rata yang signifikan antara produk Suweger dan produk Haus terhadap keputusan pembelian. Variabel harga menunjukkan bahwa ada perbedaan rata-rata yang signifikan antara produk Suweger dan produk Haus terhadap keputusan pembelian, dan variabel keputusan pembelian menunjukkan bahwa ada perbedaan rata-rata yang signifikan antara produk Suweger dan produk Haus terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Brand Image*, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah atas kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya kepada saya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Komparasi Pengaruh Kualitas Poduk, *Brand Image*, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Suweger Dan Produk Haus Di Surabaya” dengan tepat pada waktunya. Mata kuliah skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan Program sarjana (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Sesungguhnya penyusunan Skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, dorongan, bimbingan serta dukungan doa dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini peneliti menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Mulyanto Nugroho, MM, CMA, CPA selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
2. Ibu Dr. Ayun Maduwinarti, MP. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan selaku Dosen Pembimbing 1.
3. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM selaku Kepala Program Studi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan selaku Dosen Pembimbing 2.
4. Terima kasih untuk kedua Dosen Pembimbing saya yang telah membimbing dan mengarahkan dengan sabar selama proses penulisan skripsi hingga dapat terselesaikan dengan baik.
5. Seluruh Bapak/Ibu Karyawan dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
6. Kedua orang tua, terutama Ibu saya dan keluarga atas doa restunya yang selalu mensupport, mendukung, dan mendoakan saya, serta bersedia mengantar dan menjemput saya selama melakukan bimbingan.
7. Tante saya yang besedia mengantar dan menjemput saya selama melakukan bimbingan ketika Ibu saya bekerja.
8. Teman-teman seangkatan saya yang telah membantu memberikan dukungan moral.

9. Semua pihak yang tidak bias saya sebutkan satu per satu.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Peneliti mohon maaf sebesar-besarnya jika terdapat kesalahan dalam meyusun penelitian ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca dan dapat mendorong untuk melakukan penelitian-penelitian selanjutnya.

Surabaya 13 Juli 2022

Putri Indayani

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	
Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan Skripsi	ii
Halaman pengesahan Skripsi	iii
Halaman Pernyataan Keaslian	iv
Halaman Surat Pernyataan Publikasi	v
Abstract	iv
Abstrak	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Lampiran.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Masalah	5
1.4 Manfaat.....	5
1.5 Sistematika Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu	0
2.2 Landasan Teori	17
2.2.1 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	17
2.2.2 Atribut Produk.....	19
2.2.3 Kualitas Produk	19

2.2.4	Brand Image	22
2.2.5	Harga	26
2.2.6	Keputusan Pembelian	31
2.3	Definisi Konsep.....	36
2.3.1	Kualitas Produk	36
2.3.2	Brand Image	37
2.3.3	Harga	37
2.3.4	Keputusan Pembelian	37
2.4	Definisi Operasional.....	37
2.4.1	Kualitas Produk	37
2.4.2	Brand Image	38
2.4.3	Harga	38
2.4.4	Keputusan Pembelian	38
2.5	Kerangka Dasar Pemikiran.....	38
2.6	Hipotesis.....	40
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	41
3.1	Rancangan Penelitian.....	41
3.2	Populasi dan Sempel	41
3.2.1	Populasi.....	41
3.2.2	Sampel.....	42
3.3	Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian.....	43
3.3.1	Skala Pengukuran.....	43
3.3.2	Instrumen Penelitian	44
3.4	Jenis dan Sumber Data.....	45
3.4.1	Jenis Data.....	45
3.4.2	Sumber Data.....	45
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.6	Teknik Analisis Data.....	46

BAB IV PENYAJIAN, ANALISA DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Penyajian Data	49
4.1.1 Gambaran Obyek Penelitian	49
4.1.2 Karakteristik Responden.....	52
4.1.3Uji Instrumen	56
4.2 Tabulasi Data	58
4.3Analisis Data.....	85
4.4Pembahasan.....	90
BAB V PENUTUP	93
5.1 Simpulan	93
5.2Rekomendasi.....	93
Daftar Pustaka.....	
Lampiran	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3.3 Skala Pengukuran	44
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	53
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapataan.....	55
Tabel 4.5 Uji Validitas	56
Tabel 4.6 Uji Reabilitas	57
Tabel 4.7 Tabulasi Data Responden Suweger Variabel Kualitas Produk....	58
Tabel 4.8 Tabulasi Data Responden Suweger Variabel Brand image	60
Tabel 4.9 Tabulasi Data Responden Suweger Variabel Harga.....	63
Tabel 4.10 Tabulasi Data Responden Suweger Variabel Keputusan Pembelian.....	68
Tabel 4.11 Tabulasi Data Responden Haus Variabel Kualitas Produk	70
Tabel 4.12 Tabulasi Data Responden Haus Variabel Brand Image.....	71
Tabel 4.13 Tabulasi Data Responden Haus Variabel Harga.....	73
Tabel 4.14 Tabulasi Data Responden Haus Variabel Keputusan Pembelian	75
Tabel 4.14 Rekapitulasi Data Responden Produk Suweger.....	78
Tabel 4.14 Rekapitulasi Data Responden Produk Haus	82
Tabel 4.14 Uji Independent Sample T-Test.....	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Dasar Pemikiran	39
Gambar 2 Kedai Suweger	49
Gambar 3 Daftar Harga dan Minuman Produk Suweger.....	50
Gambar 4 Kedai Haus.....	51
Gambar 5 Daftar Harga dan Minuman Produk Haus.....	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisioner Penelitian	98
Lampiran 2 Uji Validitas Produk Suweger	104
Lampiran 3 Uji Validitas Produk Haus	108
Lampiran 4 Uji Reabilitas Produk Suweger	112
Lampiran 5 Uji Reabilitas Produk Haus	114
Lampiran 6 Uji Independent Sample T-Test	116
Lampiran 7 Berkas Revisi	
Lampiran 8 Hasil Turniti	