

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRODUCT QUALITY*, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SUSU
CIMORY DI SURABAYA**

SKRIPSI

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



Disusun Oleh :

ARI ARUMNINGTIAS

NIM. 1122000105

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

2024

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRODUCT QUALITY*, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SUSU
CIMORY DI SURABAYA**

SKRIPSI

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



Disusun Oleh :

ARI ARUMNINGTIAS

NIM. 1122000105

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

2024

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Ari Arumningtias

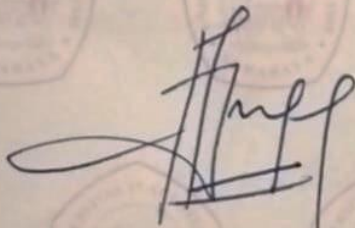
NBI : 1122000105

**Judul Skripsi : PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRODUCT QUALITY*,
DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK SUSU CIMORY DI
SURABAYA.**

Surabaya, 2 Juli 2024

Mengetahui,

**Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**

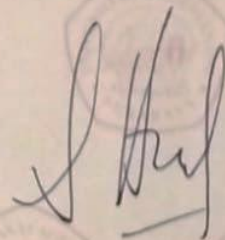


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P

NPP. 20120870103

Disetujui Oleh

Dosen Pembimbing 1



Dra. Sri Andayani, M.M

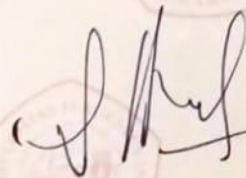
NPP. 20120930322

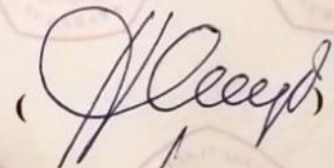
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 2 Juli 2024.

Dewan Penguji :

1. Dra. Sri Andayani, M.M
Ketua
2. Drs. Agung Pujianto, M.M
Anggota
3. Drs. Ute Chairuz M. Nasution, M.S
Anggota

()

()

()

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P
NPP. 20120870103

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Ari Arumningtias

NBI : 112200105

Program Studi : Administrasi Bisnis

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image*, *Product Quality*, dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Susu Cimory di Surabaya.

Menyatakan :

1. Bahwa skripsi yang saya buat adalah benar – benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila kemudian ternyata skripsi saya terbukti sebagai 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 sungguh – sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 2 Juli 2024

Yang membuat pernyataan



Ari Arumningtias



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
JI SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PENYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA
ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ari Arumningtias
NBI : 1122000105
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Administrasi Niaga
Jenis Karya : Skripsi

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

"Pengaruh *Brand Image*, *Product Quality*, dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Susu Cimory di Surabaya"

Dengan *Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, Badan Perpustakaan 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformat, mengolah dalam bentuk pangkatan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 2 Juli 2024

Yang Menyatakan,

10000
METERAI
TEMPEL
6635CALX267876414
(Ari Arumningtias)

MOTTO

“Successful are those who humble themselves in prayer”
(**Qur'an 23:1-2**)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk orang-orang yang saya cintai, khususnya orang tua saya terimakasih atas segala doa, dukungan, dan materi yang telah diberikan sehingga saya dapat melanjutkan pendidikan hingga tingkat perguruan tinggi. Serta terimakasih kepada almamater tersayang, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah banyak memberikan ilmi dan juga pengetahuan yang selama ini belum pernah saya dapatkan.

ABSTRAK

Saat ini, Indonesia memiliki populasi lebih dari 278 juta penduduk, yang menjadi potensi menguntungkan bagi pelaku industri, termasuk industri makanan dan minuman. Meskipun terpengaruh oleh pandemi Covid-19, subsektor makanan dan minuman masih mampu tumbuh dan memberikan kontribusi pada pertumbuhan industri nonmigas yang mencapai 4,88%. Pengusaha harus memikirkan bagaimana menciptakan *brand image* yang bagus, sehingga dapat selalu diingat oleh konsumen. Selain itu pengusaha juga harus memperhatikan kualitas produk yang akan dipasarkan karena hal itu dapat membuat konsumen memberi informasi yang positif kepada teman, keluarga, maupun tetangganya. Tujuan dari penelitian ini untuk melihat adanya pengaruh *brand image*, *product quality*, dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian produk Susu Cimory di Surabaya agar usaha susu dalam kemasan yang ada dapat memperoleh keuntungan dan dapat bersaing dengan para kompetitornya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melakukan pengambilan sampel *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Pengambilan data menggunakan e-kuesioner yang disebarakan *online* melalui *google form* kepada 100 orang. Pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu uji validitas, uji realibilitas, uji regresi linear berganda, uji t, dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *brand image* secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan untuk variabel *product quality*, dan *word of mouth* secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependennya yaitu keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Brand Image, Product Quality, Word Of Mouth, Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

Currently, Indonesia has a population of more than 278 million people, which is a lucrative potential for industry players, including the food and beverage industry. Despite being affected by the Covid-19 pandemic, the food and beverage subsector is still able to grow and contribute to the growth of the non-oil and gas industry, which reached 4.88%. Entrepreneurs must think about how to create a good brand image, so that it can always be remembered by consumers. In addition, entrepreneurs must also pay attention to the quality of the products to be marketed because it can make consumers give positive information to their friends, family and neighbors. The purpose of this study is to see the influence of brand image, product quality, and word of mouth on purchasing decisions for Cimory Milk products in Surabaya so that the existing packaged milk business can benefit and can compete with its competitors. This study uses a quantitative approach by taking non-probability sampling with purposive sampling technique. Data collection using an e-questionnaire distributed online via google form to 100 people. Data testing used in this study, namely validity test, reliability test, multiple linear regression test, t test, and coefficient of determination (R^2). The results of this study indicate that brand image partially has no effect on purchasing decisions, while for product quality variables, and word of mouth partially affect the dependent variable, namely purchasing decisions.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Word Of Mouth, Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: **“Pengaruh *Brand Image*, *Product Quality*, dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Susu Cimory di Surabaya”**.

Skripsi ini merupakan salah syarat wajib untuk menyelesaikan program Sarjana (S1) Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Dalam penyusunan skripsi ini banyak pihak yang telah memberi, dukungan, do'a, oleh karena itu tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kemudahan dan kelancaran.
2. Kedua Orang tua saya Kusyono dan Handayani yang telah memberikan dukungan, materi, dan juga doa yang tiada henti.
3. Ibu Dra. Ayun Maduwinarti M.P selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945.
4. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi M.M selaku Kaprodi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945.
5. Ibu Dra. Sri Andayani M.M selaku Dosen Pembimbing pertama saya, dan Ibu Dra. Ayun Maduwinarti M.P selaku Dosen Pembimbing kedua saya yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga untuk membimbing saya agar menyelesaikan skripsi tepat waktu.
6. Seluruh dosen Administrasi Bisnis Untag Surabaya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, yang telah memberikan pembelajaran serta ilmunya hingga saat ini.

7. Sepdany Raihan Susanto yang telah menjadi *support system* penulis pada hari yang tidak mudah selama pengerjaan skripsi. Terima kasih telah menjadi bagian dalam perjalanan saya.
8. Wulan Aprisyah yang telah membantu dan mendengarkan keluh kesah saya selama ini.
9. Sustia Anggarani yang telah memberikan dukungan, serta menjadi *human diary* saya.
10. Semua teman – teman saya yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih telah mewarnai hari – hari saya.
11. HIMANITA yang telah memberikan pengalaman yang tak terlupakan.
12. Seluruh responden yang telah bersedia mengisi kuesioner, serta seluruh pihak yang terlibat.

Surabaya, 5 Juni 2024

Ari Arumningtias

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
LEMBAR PENYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat	6
1.5 Sistematika Pembahasan.....	7
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori.....	18
2.2.1 Manajemen Pemasaran	18

2.2.2	Marketing Mix (Bauran Pemasaran)	19
2.2.3	<i>Brand Image</i> (Citra Merek)	21
2.2.4	<i>Product Quality</i> (Kualitas Produk).....	24
2.2.5	Komunikasi Pemasaran	26
2.2.6	<i>Word Of Mouth</i> (Dari Mulut ke Mulut).....	28
2.2.7	Perilaku Konsumen.....	31
2.2.8	Keputusan Pembelian	31
2.3	Definisi Konsep	36
2.4	Pola Hubungan Antar Variabel.....	37
2.5	Kerangka Dasar Pemikiran	39
2.6	Hipotesis	39
BAB III		41
METODOLOGI PENELITIAN		41
3.1.	Rancangan Penelitian.....	41
3.2.	Populasi dan Sampel.....	41
3.2.1	Populasi	41
3.2.2	Sampel	41
3.3.	Skala Pengukuran dan Instrumen.....	42
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
3.6.1	Uji Asumsi Klasik	46
3.6.2	Regresi Linier Berganda	47

3.6.3	Uji t (t-test).....	48
3.6.4	Koefisiensi Determinasi (R^2)	48
BAB IV.....		49
PENYAJIAN DATA, ANALISIS, DAN PEMBAHASAN.....		49
4.1	Penyajian Data	49
4.1.1	Gambaran Objek Penelitian	49
4.1.2	Karakteristik Responden	50
4.1.3	Tabulasi Data	54
4.1.3.1	Tabulasi Jawaban Responden	54
4.1.3.2	Analisis Rata – Rata Tabulasi Variabel	67
1.	Analisa Rata -Rata Tabulasi Variabel <i>Brand Image</i> (X1).....	67
2.	Analisa Rata -Rata Tabulasi Variabel <i>Product Quality</i> (X2).....	68
3.	Analisa Rata -Rata Tabulasi Variabel <i>Word of Mouth</i> (X3)	70
4.	Analisa Rata -Rata Tabulasi Variabel Keputusan Pembelian (Y)71	
4.2	Analisis	73
4.2.1	Uji Asumsi Klasik	73
4.2.1.1	Uji Normalitas.....	73
4.2.1.2	Uji Multikolinearitas.....	75
4.2.1.3	Uji Heteroskedastisitas.....	75
4.2.1.4	Uji Linearitas	76
4.2.2	Regresi Linear Berganda	78
4.2.3	Uji t (t-test)	79
4.2.4	Koefisien Determinasi (R^2)	81
4.3	Pembahasan	82
4.3.1	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	82
4.3.2	Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian ...	82
4.3.3	Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian	83

BAB V	85
KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN	91

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 3. 1 Sakala Likert.....	43
Tabel 3. 2 Kelas Interval.....	44
Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia	50
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	51
Tabel 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan	52
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas	52
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4. 7 Hasil Tabulasi Data <i>Brand Image</i>	54
Tabel 4. 8 Hasil Tabulasi <i>Product Quality</i>	57
Tabel 4. 9 Hasil Tabulasi <i>Word of Mouth</i>	60
Tabel 4. 10 Hasil Tabulasi Keputusan Pembelian.....	64
Tabel 4. 11 Hasil Nilai Mean Variabel <i>Brand Image</i> (X1)	67
Tabel 4. 12 Hasil Nilai Mean Variabel <i>Product Quality</i> (X2)	68
Tabel 4. 13 Hasil Nilai Mean Variabel <i>Word of Mouth</i> (X3).....	70
Tabel 4. 14 Hasil Nilai Mean Variabel Keputusan Pembelian (Y)	71
Tabel 4. 15 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov.....	73
Tabel 4. 16 Hasil Uji Multikolinearitas	75
Tabel 4. 17 Hasil Uji Linearitas <i>Brand Image</i>	76
Tabel 4. 18 Hasil Uji Linearitas <i>Product Quality</i>	77
Tabel 4. 19 Hasil Uji Linearitas <i>Word of Mouth</i>	77
Tabel 4. 20 Hasil Regresi Linier Berganda	78
Tabel 4. 21 Hasil Uji t	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Konsumsi Susu Per Kapita (Liter)	1
Gambar 1. 2 Tren Segmen Penjualan	2
Gambar 1. 3 Logo PT Cimory	3
Gambar 1. 4 Produk CImory	3
Gambar 1. 5 Varian Susu Cimory	4
Gambar 2. 1 Bagan Kerangka Berpikir	47
Gambar 4. 1 Pabrik Susu Cimory	49
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas Grafiknormal P-Plot	74
Gambar 4. 3 Hasil Uji Normalitas Histogram	74
Gambar 4. 4 Hasil Uji Heterokedastisitas	76