

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN ENERGI CAIR HEMAVITON *ENERGY
DRINK* (SURVEI PEMBELI MINUMAN HEMAVITON *ENERGY DRINK* DI
ALFAMIDI JATIBENING)**

MUHAMMAD SATRIO NUGROHO

8215078051



**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2012

**EFFECT OF BRAND IMAGE, PRICE AND PRODUCK QUALITY TO
PURCHASE DECISION HEMAVITON ENERGY DRINK (SURVEY AT
ALFAMIDI JATIBENING)**

MUHAMMAD SATRIO NUGROHO

8215078051



**This Thesis is written as Part Of Bachelor Degree in Economics
Accomplishment**

STUDY PROGRAM MANAGEMENT

DEPARTMENT MANAGEMENT

FACULTY OF ECONOMIC

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2012

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi



Dra. Nurahma Hajat, M.Si

NIP. 195310021985032001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dra. Umi Mardiyati M.Si</u> NIP. 195702211985032002	Ketua		02/08 '12
2. <u>Agung Kresnamurti, ST, MM</u> NIP: 197404162006041001	Sekretaris		02/08/2012
3. <u>Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si</u> NIP: 197206171999031001	Penguji Ahli		03/08 '12
4. <u>Dr. Mohamad Rizan, SE,MM</u> NIP: 197206272006041001	Pembimbing I		03/08 '12
5. <u>Dra. Basrah Saidani, M.Si</u> NIP: 196301191992032001	Pembimbing II		01/08 '12

Tanggal Lulus:

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya yang menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta,.....

yang membuat pernyataan

Matera:



M. Satrio Nugroho

No.Reg. 8215078051

ABSTRAK

Muhammad Satrio Nugroho, 2012; Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian minuman energi cair hemaviton *energy drink*. Skripsi, Jakarta: Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Program Studi Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Dr. Mohamad Rizan, SE., MM. & Dra. Basrah Saidani, M.Si..

Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui deskripsi tentang citra merek, harga dan kualitas produk pada pembelian minuman Hemaviton *energy drink*. 2) Untuk menguji secara empiris pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian minuman Hemaviton *energy drink*. 3) Untuk menguji secara empiris pengaruh harga terhadap keputusan pembelian minuman Hemaviton *energy drink*. 4) Untuk menguji secara empiris pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian minuman Hemaviton *energy drink*. 5) Untuk menguji secara empiris pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian minuman Hemaviton *energy drink*. Analisis yang dilakukan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif dan kausal. Penelitian dilakukan dengan terhadap 100 orang konsumen Hemaviton energi drink yang berada di Alfamidi Jatibening Angkatan Laut, sedangkan teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner, yang kemudian diolah menggunakan SPSS 19. Hasil analisis menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kemudian harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Lalu secara bersama-sama atau simultan, citra merek, harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan empiris tersebut mengindikasikan bahwa untuk menciptakan dan mempertahankan pembelian, hemaviton *energy drink* perlu memperhatikan faktor-faktor seperti citra merek, harga dan kualitas produk karena faktor-faktor tersebut terbukti mempengaruhi tinggi rendahnya keputusan pembelian.

Kata kunci: Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Muhammad Satrio Nugroho, 2012: *Effect of Brand Image, Product Quality and Price of Purchase Decision hemaviton liquid energy drink energy drink. Thesis, London: Concentration in Marketing Management, Management Studies Program, Department of Management, Faculty of Economics, State University of Jakarta. Team Supervisor: Dr. Mohamad Rizan, SE., MM. & Dra. Saidani Basrah, M.Sc.*

The purpose of this study are: 1) To know the description of the brand image, price and product quality towards purchase decision of beverage Hemaviton energy drink 2) To test empirically the effect of brand image in a purchase decisions Hemaviton energy drink. 3) To test empirically the influence of price in a purchase decisions Hemaviton energy drink. 4) In order to test empirically the influence of quality of the product in a purchase decision Hemaviton energy drink. 5) In order to test empirically the influence of brand image, price and quality products simultaneously towards a purchase decision Hemaviton energy drink. The analysis implemented in this research are descriptive and causal analysis. This research is taken 100 consumers of Hemaviton energy drink at Alfamidi Jatibening, while data was collected by using questionnaire and processed using SPSS 19. The result shows that partially brand image has a positive and significant impact toward purchasing decisions, partially price also has a positive and significant impact toward purchasing decisions and product quality have a positive and significant impact toward purchasing decisions then jointly or simultaneously, brand image, price and product quality has a positive effect and significant impact on purchasing decisions. The empirical findings indicate that in order to create and maintain purchasing, hemaviton energy drink need to consider factors such as brand image, price and quality product due to such factors shown to affect the level of purchasing decision.

Key words: Brand Image, Price, Quality Product, Purchase Decision.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti ucapkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian minuman energi cair hemaviton *energy drink* (Survei pada Konsumen Hemaviton *energy drink* Alfamidi Jatibening Angkatan Laut). Skripsi ini disusun oleh peneliti dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta (UNJ).

Skripsi ini mungkin tidak akan terselesaikan tanpa bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu peneliti dalam penyusunan skripsi ini, khususnya kepada:

1. Dr. Mohamad Rizan, SE., MM., selaku dosen pembimbing skripsi.
2. Dra. Basrah Saidani, M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi.
3. Dra. Nurahma Hajat, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi UNJ.
4. Agung Wahyu Handaru, ST., MM., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi UNJ.
5. Dra. Umi Mardiyati, M.Si., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi UNJ.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi UNJ yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan banyak ilmu selama perkuliahan.

7. Untuk Staf Administrasi Jurusan Manajemen mbak Fitri Khanasa yang sangat membantu mahasiswa mengurus administrasi dari awal sampai lulus kuliah.

Dalam penulisan skripsi ini peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Untuk itu peneliti menerima saran dan kritik yang membangun dari semua pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para peneliti maupun pembaca.

Jakarta, Juli 2012

Peneliti