

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN PERSEPSI HARGA

TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SUSU FERMENTASI YAKULT

DI KABUPATEN KARO



Disusun oleh:

Lora Br Ginting

11180472

Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

2021

HALAMAN PENGAJUAN

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen



Disusun oleh :

Lora Br Ginting

11180472

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2021

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lora Br Ginting
NIM : 11180472
Program studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

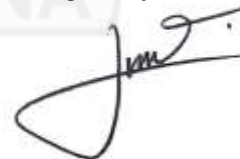
“PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SUSU FERMENTASI YAKULT DI KABUPATEN KARO”

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta
Pada Tanggal : 18 Januari 2022

Yang menyatakan



(Lora Br Ginting)
NIM 11180472

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Susu Fermentasi Yakult di Kabupaten Karo

Telah diajukan dan dipertahankan oleh :

LORA BR GINTING

11180472

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada tanggal 07 Januari 2022

Nama Dosen	Tanda Tangan
1. Jonathan Herdioko, SE., MM (Ketua Tim Penguji)	
2. Dra. Purwani Retno Andalas., MM (Dosen Penguji)	
3. Lucia Nurbani Kartika, S.Pd, Dipl. Secr, MM (Dosen Pembimbing/Dosen Penguji)	

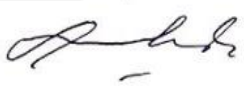
Yogyakarta, 19 Januari 2022

Disahkan Oleh :

Dekan Fakultas Bisnis


Dr. Pangeran Pangeran, M.Si.

Ketua Program Studi Manajemen


Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SUSU FERMENTASI YAKULT DI KABUPATEN KARO

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagai syarat untuk menjadi sarjana pada program studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya (terdapat dalam jurnal ini).

Apabila dikemudian hari didapatkan bahwa skripsi ini adalah plagiasi atau tiruan dari karya lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 13 Desember 2021



Lora Br Ginting (11180472)

HALAMAN MOTTO

“Setiap usaha tidak akan mengkhianati hasil”

Lora Br Ginting

“Serahkanlah segala kekuatiranmu kepada-Nya, sebab Ia yang memelihara kamu”

1 Petrus 5 : 7

"Sebab TUHAN, Dia sendiri akan berjalan di depanmu, Dia sendiri akan menyertai engkau, Dia tidak akan membiarkan engkau dan tidak akan meninggalkan engkau, janganlah takut dan janganlah patah hati."

Ulangan 31 : 8

"Sebab Aku ini mengetahui rancangan-rancangan apa yang ada pada-Ku mengenai kamu, demikianlah firman TUHAN, yaitu rancangan damai sejahtera dan bukan rancangan kecelakaan, untuk memberikan kepadamu hari depan yang penuh harapan."

Amsal 21:5

“Jangan terlalu ambil hati dengan ucapan seseorang, kadang manusia punya mulut tapi belum tentu punya pikiran.”

Albert Einstein

HALAMAN PERSEMBAHAN

Melalui skripsi ini penulis persembahkan dengan penuh rasa syukur kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, atas campur tangan dan berkat-Nya telah memberikan kesehatan dan kemampuan kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Kedua orang tua penulis yang terkasih Bapak Janual Ginting dan Ibu Danawati Br Ketaren serta Bibik tengah ibu Ramta Br Ketaren yang sangat mengasihi penulis dengan penuh kasih, yang selalu memberi dukungan melalui doa, perhatian, motivasi, material setiap saat sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Untuk abang penulis Nehemia Steven Ginting, S.Th, Meyva doni Ginting, S.T, dan Natanail Ginting, S.T sekaligus kakak ipar penulis Lidayanti Br Tarigan dan Debora Ev Marbun yang selalu mendukung penulis.
4. Keponakan penulis Gealin Ibrena Br Ginting yang selalu menghibur penulis dalam pengerjaan skripsi.
5. Kepada dosen pembimbing Ibu Lucia Nurbani Kartika, S.Pd, Dipl. Secr, MM yang telah meluangkan banyak waktu dan selalu sabar dalam membimbing penulis sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik.
6. Sepupu saya Elsa Vany Anastasya Br Ketaren, S.M dan Endangisah Killana, S.T yang selalu berbagi saran dan materi.
7. Teman-teman di perantauan yang menjadi keluarga kedua penulis Aprida Greace Sinaga, Febiyola Marchelina, Sri Tiodora Br Munthe, Michelle Simaremare yang selalu membantu penulis dalam suka dan duka selama di bangku perkuliahan.

8. Sahabat 17 (tujuh belas) penulis dari SMA Elvita Rosa Br Surbakti, Florentina Sitanggang, Nara Sisilia Br Kaban, Yohana Margaretha Br Surbakti, Yuni Eka Yani Br Ginting yang selalu memberi semangat dan saran kepada penulis.
9. Teman bimbingan penulis Charles Dillon dan Leon Engelka yang selalu penulis reportkan, berbagi ilmu pengetahuan, dan membantu penulis menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
10. Ray Baldwin Tarigan, A.Ho yang selalu membantu dan mendukung penulis baik dalam senang maupun sedih selama proses mengerjakan skripsi sehingga terselesaikan dengan baik.
11. Seluruh dosen dan staff pendukung akademik di Fakultas Bisnis Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana yang sudah memberikan bantuan kepada penulis selama masa perkuliahan.
12. Untuk responden yang sudah meluangkan waktu untuk membantu penulis dalam pengisian kuesioner.
13. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang sudah membantu penulis dalam keseluruhan proses perkuliahan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala rahmat dan penyertaan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir Skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Susu Fermentasi Yakult Di Kabupaten Karo”**. Adapun tujuan dalam penulisan skripsi ini guna memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan kemampuan dan wawasan yang dimiliki penulis. Melalui penyelesaian skripsi ini, penulis banyak sekali mendapat dukungan dan pelajaran mulai pelaksanaan pengerjaan hingga terselesaikan dengan baik.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada orang-orang yang penulis hormati dan kasihi karena sudah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung selama proses pengerjaan skripsi sehingga bisa terselesaikan dengan baik. Terutama kepada keluarga penulis terkasih yang tidak henti-hentinya mendukung penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terimakasih ini juga penulis sampaikan kepada dosen pembimbing yang penulis hormati dan hargai ibu Lucia Nurbani Kartika, S.Pd, Dipl. Secr, MM yang sudah berkenan memberikan ilmunya, meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan, dan masukan yang sangat berguna dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna semoga Tuhan yang Maha Esa selalu melindungi pihak yang telah turut membantu penulis dalam

menyelesaikan penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis berharap saran dan kritik yang bersifat membangun dari pembaca. Akhir kata, penulis mengharapkan semoga tujuan dari pembuatan skripsi ini dapat tercapai sesuai dengan yang di harapkan.

Yogyakarta Desember 2021

Lora Br Ginting



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGAJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xvii
ABSTRACT.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6

1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Batasan Penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Manajemen Pemasaran	8
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	9
2.1.2 Kualitas Produk.....	13
2.1.3 Citra Merek	16
2.1.4 Persepsi Harga	20
2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Kerangka Penelitian	27
2.4 Pengembangan Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Data.....	30
3.1.1 Data Primer	30
3.1.2 Data Sekunder.....	30
3.2 Pengumpulan Data	31
3.2.1 Populasi.....	31
3.2.2 Sampel.....	31
3.2.3 Teknik Penentuan Sampel.....	31
3.3 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran.....	32
3.3.1 Variabel.....	32
3.3.2 Definisi Operasional Variabel.....	32

3.3.3	Pengukuran Variabel.....	34
3.4	Metode Analisi Data	35
3.4.1	Analisis Deskriptif	35
3.5	Uji Instrument Penelitian	35
3.5.1	Uji Validitas	35
3.5.2	Uji Reliabilitas	36
3.6	Uji Hipotesis	37
3.6.1	Analisis Regresi Linear Berganda	37
3.6.2	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	38
3.6.3	Uji Signifikan Simultan (uji F).....	38
3.6.4	Uji Signifikan Parsial (uji t).....	39
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	40
4.1.1	Hasil Uji Validitas.....	40
4.1.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	42
4.2	Analisis Deskriptif	43
4.2.1	Profil Responden yang Sudah Pernah Membeli dan Mengonsumsi Susu Fermentasi Yakult Dalam 1 (Satu) Tahun Terakhir Selama Masa Pandemi <i>Covid-19</i>	43
4.2.2	Jenis Kelamin.....	44
4.2.3	Usia	44
4.2.4	Pendidikan Terakhir	45
4.2.5	Pekerjaan.....	46

4.2.6	Penghasilan	47
4.3	Uji Hipotesis	48
4.3.1	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	48
4.3.2	Hasil Uji Determinasi (R^2).....	50
4.3.3	Hasil Uji Signifikan Secara Simultan (Uji F)	51
4.3.4	Hasil Uji Signifikan Secara Parsial (Uji t).....	52
4.4	Pembahasan.....	54
4.4.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Susu Fermentasi Yakult di Kabupaten Karo.....	55
4.4.2	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Susu Fermentasi Yakult di Kabupaten Karo.....	56
4.4.3	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Susu Fermentasi Yakult di Kabupaten Karo.....	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		58
5.1	Kesimpulan	58
5.1.1	Hasil Analisis Deskriptif Profil Responden.....	58
5.1.2	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	59
5.1.3	Hasil Analisis Regresi Koefisien Determinasi (R^2)	60
5.1.4	Hasil Analisis Uji F.....	60
5.1.5	Hasil Analisis Uji t.....	61
5.2	Saran	61
5.2.1	Bagi Perusahaan.....	61
5.2.2	Bagi Peneliti Selanjutnya	62

DAFTAR PUSTAKA..... 63

LAMPIRAN..... 66



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Indeks Susu Fermentasi	3
Tabel 2.1 Penelitian Terlebih Dahulu	24
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	33
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas	41
Tabel 4.2 Uji Reliabilitas	42
Tabel 4.3 Responden	43
Tabel 4.4 Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.5 Usia.....	44
Tabel 4.6 Pendidikan Terakhir.....	45
Tabel 4.7 Pekerjaan.....	46
Tabel 4.8 Penghasilan	47
Tabel 4.9 Analisis Regresi Linear	48
Tabel 4.10 Koefisien Determinasi	50
Tabel 4.11 Nilai Uji F	52
Tabel 4.12 Uji t	53
Tabel 4.13 Hasil Penelitian	54

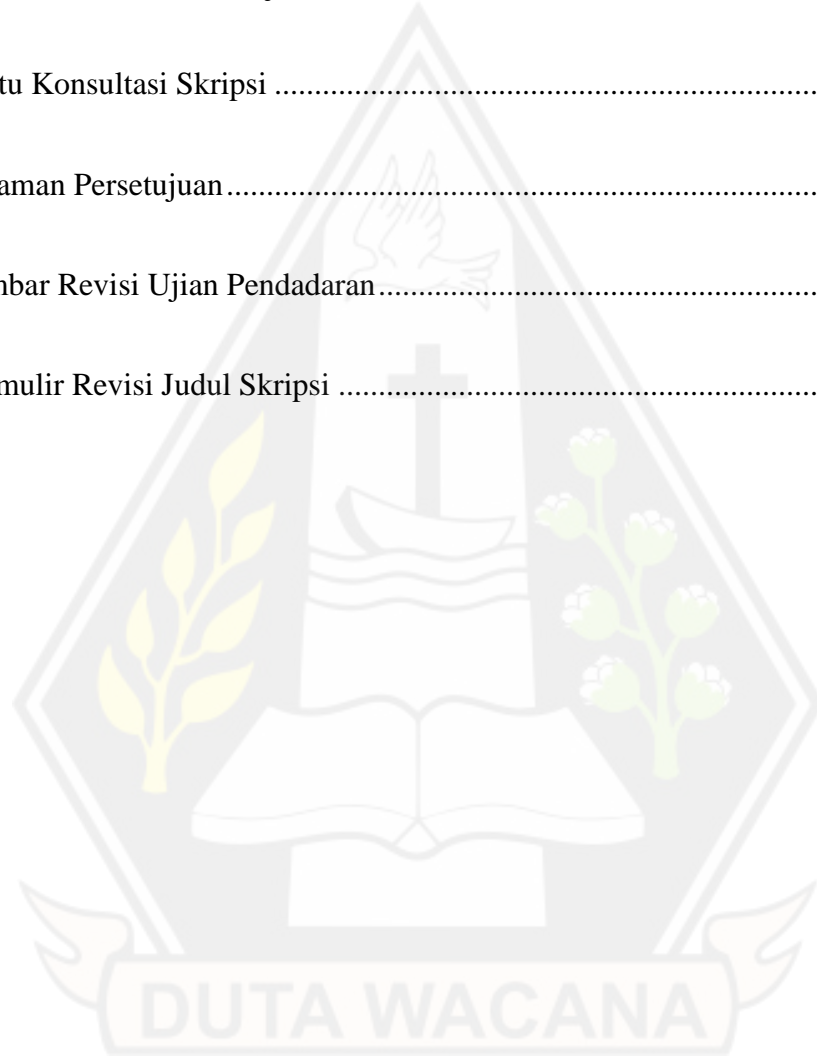
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Peneliti.....27



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	66
Lampiran 2 Data Rekap Responden	71
Lampiran 3 Hasil Olah Data SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas.....	86
Lampiran 4 Kartu Konsultasi Skripsi	99
Lampiran 5 Halaman Persetujuan.....	101
Lampiran 6 Lembar Revisi Ujian Pendadaran.....	102
Lampiran 7 Formulir Revisi Judul Skripsi	103



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian susu fermentasi Yakult di Kabupaten Karo. Dalam penelitian ini terbagi menjadi 2 (dua) variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga sedangkan variabel terikatnya adalah keputusan pembelian. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 (seratus) responden yang sudah pernah membeli dan mengonsumsi susu fermentasi Yakult di Kabupaten Karo, dengan metode yang digunakan ialah *purposive sampling*. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda yaitu uji koefisien determinasi (R^2), uji F, dan uji t yang didahului dengan uji validitas dan reliabilitas. Berdasarkan hasil dari analisis data dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan. Kesimpulan ini berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) yang menunjukkan bahwa kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga berpengaruh sebesar 61,6% terhadap keputusan pembelian sedangkan sisanya 38,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata kunci : kualitas produk, citra merek, persepsi harga, dan keputusan pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality, brand image, and price perception on purchasing decisions of Yakult fermented milk in Karo Regency. In this study, it is divided into 2 (two) variables, namely the independent variable and the dependent variable. The independent variables in this study are product quality, brand image, and price perception, while the dependent variable is purchasing decisions. The sample in this study amounted to 100 (one hundred) respondents who had bought and consumed Yakult fermented milk in Karo Regency, with the method used was purposive sampling. Methods of data analysis used in this research is multiple linear regression analysis is testing the coefficient of determination (R^2), F test and t test, preceded by the validity and reliability. Based on the results of data analysis, it can be concluded that product quality, brand image, and price perception have a significant effect on decisions. This conclusion is based on the test results the coefficient of determination (R^2) which shows that the quality of products, brand image and perception of the price effect of 61.6% on purchase decisions while the remaining 38.4% is influenced by other variables not examined.

Keywords: *product quality, brand image, price perception, and purchasing decisions*



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di masa pandemi *Covid-19* saat ini, kesehatan ialah hal yang paling penting untuk dijaga. Menurut Anton Budiharjo Marketing Manager KIN *Fresh Milk* dari antaranews.com (2020) menjelaskan masalah pencernaan sering luput dari perhatian masyarakat padahal erat kaitannya dengan kekebalan tubuh. Gangguan pencernaan tersebut bisa menurunkan daya tahan tubuh yang tentunya akan berbahaya apabila tidak ditangani. Jika sistem pencernaan terganggu maka seluruh organ tubuh manusia tidak akan bekerja dengan baik. Seiring berjalannya waktu, setiap orang mulai sibuk dengan aktivitas di setiap harinya. Dengan adanya kesibukan ini membuat banyak orang lupa menjaga pola hidup yang sehat sehingga mengakibatkan gangguan dalam proses pencernaan. Secara umum pola hidup sehat merupakan cara yang sangat ampuh untuk melawan *Covid-19* dengan mengkonsumsi makanan sehat serta bergizi, rajin berolahraga, tidur teratur serta perlu mengkonsumsi minuman yang sehat agar menjaga tubuh tetap sehat dan segar. Salah satu minuman sehat yang direkomendasikan dalam menjaga kesehatan adalah susu fermentasi. Salah satu merek susu fermentasi yang awam dikonsumsi adalah Yakult. Dengan adanya susu fermentasi merek Yakult menjadi alternatif masyarakat luas untuk menjaga sistem pencernaan dan kekebalan tubuh di tengah aktivitas yang sibuk di masa pandemi ini.

PT Yakult merupakan perusahaan yang menghasilkan atau memproduksi minuman *prebiotic* atau sering disebut susu fermentasi berbentuk kemasan. Yakult adalah minuman *prebiotic* yang didalamnya terkandung bakteri *Lactobacillus casei shirota strain* sebagai bahan utama, berperan untuk menjaga kesehatan pencernaan. Kualitas produk yakult sudah terbukti dengan beragam manfaat seperti melancarkan pencernaan, menaikkan imun dan kekebalan tubuh, meminimalisir racun yang ada di usus, dan masih banyak manfaat lainnya. Berdasarkan sumber dari hellosehat.com (2021) dan dokter spesialis penyakit dalam RSUD Islam Klaten Jawa Tengah dr. Irene Vera Boestaman, MSc-Sp. PD, FINASIM pada webinar “Sehat Bersama Probiotik di Masa Pandemi COVID-19” yang diselenggarakan pada hari Rabu, 22 September 2021 yang dikutip dari yakult.co.id, menunjukkan Yakult merupakan suplemen makanan berbentuk minuman probiotik yang bisa hidup secara alami didalam usus manusia. Dalam setiap botol Yakult mengandung 6,5 miliar lebih bakteri *Lactobacillus casei*, sehingga Yakult bisa meningkatkan imun tubuh sekaligus menghambat pertumbuhan bakteri didalam pencernaan serta mengatasi diare, sembelit, dan lain sebagainya.

Saat ini sudah banyak perusahaan yang memproduksi susu fermentasi sedang bersaing agar mendapatkan peluang untuk memperluas dan menguasai pangsa pasar. Berbagai merek susu fermentasi yang sudah dikenal konsumen di antaranya ialah Yakult, Cimory, Vitacharm, Activia, dan Calpico. Di antara produk susu fermentasi tersebut, Produk Yakult dan Calpico berhasil masuk kedalam *Top Brand Index* dengan data berikut.

Table 1.1
Top Brand Indeks Susu Fermentasi
2020-2021

2020			2021		
Merek	TBI		Merek	TBI	
Yakult	89,8%	TOP	Yakult	91,5%	TOP
Calpico	10,2%	TOP	Calpico	8,5%	

Sumber. Top Brand Indeks, 2021

Dari table 1.1 Top Brand Indeks (TBI) tahun 2020-2021 di atas, diketahui produk Yakult lebih unggul dibandingkan produk lain dan produk Yakult tersebut semakin digemari konsumen dilihat dari data TBI yang meningkat dari tahun ke tahun berikutnya. Pada saat ini setiap konsumen tentunya akan berpikir sebelum bertindak guna mengambil keputusan pembelian akan barang yang ingin dibeli. Sebelum memilah dan memutuskan pembelian produk, keputusan pembelian konsumen akan suatu barang maupun jasa dipengaruhi beberapa faktor contohnya kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga.

Kualitas produk ialah hal terpenting dalam melakukan keputusan pembelian, Kotler & Amstrong (2016) berpendapat bahwa kualitas suatu produk mengarah kepada kemampuan produk itu sendiri yang mempunyai manfaat di antaranya ketahanan produk, kehandalan, ketergantungan, serta kegunaan produk itu sendiri. Konsumen tentunya membeli suatu barang ataupun jasa yang mereka anggap lebih baik dan yang bisa memenuhi permintaan mereka. Apabila kualitas suatu produk itu bagus dan sesuai

dengan manfaat yang diberikan, pada umumnya konsumen akan memilih dan membeli produk tersebut, dan sebaliknya apabila suatu produk tersebut tidak bagus dan tidak sesuai dengan asumsi konsumen tentunya akan menyebabkan konsumen tersebut beralih untuk membeli produk yang lain. Kotler (2007) juga berpendapat kualitas produk ialah karakteristik serta ciri produk maupun jasa yang akan berpengaruh terhadap manfaatnya agar bisa memenuhi keperluan konsumen. Konsumen akan mengambil keputusan guna melakukan pembelian jika suatu barang sesuai kegunaannya. Kualitas produk tersebut menjadikan faktor penentu untuk melakukan keputusan pembelian jika kualitas produk baik, bentuk produk, rasa, ketahanan dan tampilan produk jika sesuai dengan kebutuhan konsumen akan menciptakan, mempertahankan, dan konsumen tentunya mengambil keputusan pembelian tersebut terhadap barang yang diinginkan.

Selain kualitas produk yang erat kaitannya dengan keputusan pembelian, faktor lainnya yang mempengaruhi keputusan pembelian ialah citra merek. Ketika melakukan keputusan dalam pembelian citra merek tentunya akan menjadi tujuan konsumen karena citra merek mempunyai peran yang penting terhadap suatu barang. Jika suatu produk mencerminkan citra merek yang positif, tentunya menarik keputusan pembelian agar membeli produk itu dan produk itu akan tertanam di keinginan konsumen dan akan membeli kembali, apalagi jika citra merek sudah dikenal masyarakat luas tentunya akan mempengaruhi keputusan pembelian. Citra merek suatu produk dipengaruhi oleh nama atau simbol yang akan membedakan dengan produk pesaing dan akan memudahkan pelanggan untuk melakukan keputusan pembelian akan produk. Akibatnya perusahaan diharuskan untuk mengembangkan citra yang lebih menonjol dibandingkan produk pesaing dan perusahaan harus mencerminkan citra merek yang positif terhadap produk

yang diproduksi, sehingga hal tersebut akan membuat pelanggan melakukan keputusan pembelian akan barang tersebut secara berkala. Merek yang mempunyai reputasi baik, terkenal, mudah diingat, dan dikenali akan mempengaruhi keputusan pembelian.

Selain kedua faktor diatas, faktor selanjutnya yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah persepsi harga. Persepsi harga diartikan pandangan pelanggan akan harga yang dimiliki oleh barang maupun jasa sesuai kegunaannya. Kotler dan Armstrong (2018) berpendapat harga ialah nilai uang yang harus dikeluarkan pelanggan agar bisa memperoleh produk. Pandangan pelanggan akan harga tentunya berpengaruh dalam keputusan pembelian karena akan menyesuaikan harga terhadap kualitas produk yang ingin dibeli. Kesesuaian harga akan produk, persaingan harga, jangkauan konsumen terhadap harga barang tentunya mempengaruhi pelanggan dalam melaksanakan keputusan pembelian. Apabila harga produk semakin tinggi tentu kualitasnya pun terjamin bagus sehingga konsumen tidak keberatan untuk melaksanakan keputusan pembelian.

Dari penjelasan tersebut membuat ketertarikan penulis dalam melaksanakan penelitian lebih lanjut dan harapan bisa mengetahui masalah yang sedang dihadapi dan cara mengatasinya. Oleh karena itu judul yang diambil penulis ialah **“Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Susu Fermentasi Yakult di Kabupaten Karo”**

1.2 Rumusan Masalah

- 1.2.1 Apakah keputusan pembelian susu fermentasi yakult di Kabupaten Karo dipengaruhi oleh kualitas produk?
- 1.2.2 Apakah keputusan pembelian susu fermentasi yakult di Kabupaten Karo dipengaruhi oleh citra merek?
- 1.2.3 Apakah keputusan pembelian susu fermentasi yakult di Kabupaten Karo dipengaruhi oleh persepsi harga?

1.3 Tujuan Penelitian

- 1.3.1 Agar mengetahui kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian susu fermentasi Yakult di Kabupaten Karo.
- 1.3.2 Agar mengetahui citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian susu fermentasi Yakult di Kabupaten Karo.
- 1.3.3 Agar mengetahui persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian susu fermentasi Yakult di Kabupaten Karo.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Bagi Penulis

Penelitian tersebut menambah wawasan pengetahuan penulis berkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti mengenai variabel *independen* terhadap keputusan pembelian susu fermentasi yakult.

1.4.2 Bagi Akademis

Dengan adanya penelitian tersebut bisa menjadi referensi penelitian yang akan datang yang berhubungan dengan pengetahuan terkhususnya manajemen pemasaran.

1.4.3 Bagi Perusahaan

Penelitian ini menjadi saran untuk pihak perusahaan sehingga mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk tersebut sehingga bisa memenuhi kebutuhan konsumen.

1.5 Batasan Penelitian

Untuk menghindari permasalahan yang luas peneliti akan membuat batasan, yaitu:

1.5.1 Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Karo.

1.5.2 Responden yang akan diteliti yaitu konsumen yang pernah mengonsumsi susu fermentasi yakult selama 1 (satu) tahun terakhir di masa pandemi *Covid-19* sebanyak 100 orang.

1.5.3 Variabel *independen* yang akan diteliti ialah kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga, sedangkan variabel terikat yakni keputusan pembelian Yakult.

1.5.4 Waktu penelitian akan dilakukan pada September-November 2021.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil analisis serta ulasan yang dilakukan mengenai pengaruh Kualitas Produk (X1), Citra Merek (X2), dan Persepsi Harga (X3) Terhadap Keputusan Pembelian Susu Fermentasi Yakult di Kabupaten Karo dengan melakukan pengujian terhadap 100 responden dengan cara membagikan kuesioner, sehingga kesimpulannya yaitu:

5.1.1 Hasil Analisis Deskriptif Profil Responden

Berdasarkan analisis data dengan 100 responden yang sudah diolah dapat ditarik kesimpulannya yaitu sebagai berikut:

1. Responden yang paling banyak membeli dan mengonsumsi Yakult dalam 1 (satu) tahun terakhir selama masa pandemi *Covid-19* menunjukkan bahwa jumlah wanita lebih tinggi dibandingkan pria dengan jumlah 57 orang dengan persentase 57%.
2. Usia responden yang paling banyak membeli dan mengonsumsi Yakult dalam 1 (satu) tahun terakhir selama masa pandemi *Covid-19* yaitu di usia 18-23 tahun sebanyak 38 orang dengan persentase 38%.

3. Pendidikan terakhir responden yang paling banyak membeli dan mengonsumsi Yakult dalam 1 (satu) tahun terakhir selama masa pandemi *Covid-19* adalah SMA/SMK dengan jumlah 37 orang dengan persentase 37%.
4. Pekerjaan responden yang paling banyak membeli dan mengonsumsi Yakult dalam 1 (satu) tahun terakhir selama masa pandemi *Covid-19* adalah pelajar/mahasiswa dengan jumlah 32 orang dengan persentase 32%.
5. Penghasilan responden paling banyak membeli dan mengonsumsi Yakult dalam 1 (satu) tahun terakhir selama masa pandemi *Covid-19* adalah responden yang memiliki pendapatan \leq Rp. 1,000,000 sejumlah 33 responden (33%).

5.1.2 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Melalui pengolahan data uji regresi linear berganda ditarik hasilnya masing-masing variabel yakni:

1. Variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) Susu Fermentasi Yakult di Kabupaten Karo. Dengan demikian hipotesis kualitas produk untuk mempengaruhi keputusan pembelian dapat diterima.
2. Variabel citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) Susu Fermentasi Yakult di

Kabupaten Karo. Dengan demikian hipotesis citra merek untuk mempengaruhi keputusan pembelian dapat diterima.

3. Variabel persepsi harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) Susu Fermentasi Yakult di Kabupaten Karo. Dengan demikian hipotesis persepsi harga untuk mempengaruhi keputusan pembelian dapat diterima.

5.1.3 Hasil Analisis Regresi Koefisien Determinasi (R^2)

Dari data analisa regresi koefisien determinasi (R^2) ditarik hasilnya variabel *independen* kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga memengaruhi sebesar 61.5% terhadap keputusan pembelian.

5.1.4 Hasil Analisis Uji F

Dari hasil pengolahan data menghasilkan nilai f hitung 53.848 dan nilai sig .000. Dari hasil $.000 < .05$ yang artinya H_a diterima dan H_0 ditolak karena nilai probabilitasnya lebih kecil dibandingkan taraf signifikan artinya ada pengaruh pengaruh kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga secara simultan terhadap keputusan pembelian.

5.1.5 Hasil Analisis Uji t

1. Dari hasil dari uji parsial terhadap variabel kualitas produk (X1) didapatkan nilai sig $.005 < 0.05$, yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Kemudian bisa ditarik kesimpulan variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian susu fermentasi Yakult di Kabupaten Karo.
2. Dari hasil dari uji parsial (uji t) terhadap variabel citra merek (X2) didapatkan nilai sig $.035 < 0.05$, yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Oleh karena itu kesimpulannya variabel citra merek secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian susu fermentasi Yakult di Kabupaten Karo.
3. Dari hasil dari uji parsial (uji t) terhadap variabel persepsi harga didapatkan nilai sig $.000 < .05$, yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Kemudian bisa ditarik hasilnya variabel persepsi harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian susu fermentasi Yakult di Kabupaten Karo.

5.2 Saran

5.2.1 Bagi Perusahaan

Dari pembahasan yang sudah dilakukan adapun saran peneliti bagi perusahaan yaitu :

1. Perusahaan harus mampu menjaga dan meningkatkan kualitas produk sehingga sebanding dengan manfaatnya.

2. Perusahaan harus mampu mempertahankan citra merek di pandangan konsumen sehingga hal ini akan mempengaruhi pelanggan melakukan keputusan pembelian terhadap produk tersebut.
3. Perusahaan harus memperhatikan harga, karena susu fermentasi Yakult terjangkau untuk semua kalangan dan sesuai dengan manfaat yang diberikan. Dengan begitu pelanggan memiliki ketertarikan melakukan keputusan pembelian terhadap produk tersebut.

5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Melalui penelitian yang sudah dilaksanakan disarankan kepada peneliti selanjutnya agar menambahkan variabel lainnya yang memiliki hubungan dengan keputusan pembelian konsumen sehingga, hasil dari penelitian yang dilakukan bisa lebih membantu konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Untuk selanjutnya disarankan peneliti agar melaksanakan dengan teknik yang berbeda sehingga bisa mendapatkan hasil yang semakin tepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Sriyanto, Desty Albaity Utami. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Dadone di Jakarta, Vol. 5 No. 2 Oktober 2016 ISSN: 2252-6226, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Budi Luhur Jakarta
- Putri, Budi Rahayu Tanama, Manajemen Pemasaran (2017)
- Dewi, Desita Ratna, Sri H, dan Istiqomah, Pengaruh Iklan, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Probiotik Merek Yakult (Studib Kasus Pada Konsumen yakult di Kampung Botokan Pajang Laweyan Surakarta) 2017
- Dewi, Nia Safitri dan Rokh Edy Prabowo, Performa Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, dan Gaya Hidup Dalam Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian Minuman Isotonik (Studi Konsumen Minuman Isotonik di Kota Semarang), Prosiding SENDI_U 2018
- Fandy, Tjiptono. (2008). Strategi Pemasaran, Edisi ketiga, Yogyakarta
- Fatmaningrum, Sakti Riana, Susanto, dan Muinah Fadhilah, Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea, Jurnal MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi), Volume, 4 No. 1 2020
- Fauzy, Nadia Eva Nur, Pengaruh Harga, Kemasan, Kualitas Produk, Brand Image dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Mahasiswa Pada Produk “ Le Mineral” , Jurnal Dinamika Penelitian, Vol.20, No 02, November 2020
- Ghozali, I. (2006). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Kotler, P. dan G. Armstrong. 2012. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1.Edisi ketigabelas. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Manajemen Pemasaran. Edisi 15. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.

Managerial – Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen Vol. 1 No. 1 2018

Najla, Aldila dan Budi Prabowo, Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pembelian Susu Ultra, Jurnal Revolusi Indonesia, Volume 1, No. 06, Mei 2021

Rakhmawati, Ikke Yuni dan Tri Sudarwanto, Pengaruh Citra Merek dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shake Herbalife, Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN) Volume 9, No. 2 Tahun 2021

Ratlan Pardede, Tarcicius Yudi Haryadi. Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Yang Dimediasi Kepuasan Konsumen Journal of Business & Applied Management Vol. 10 No. 1

Saputra, Ahmad Rusdi dan Marsudi Lestariningsing, Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Berenergi Extra Joss, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Volume 7, No. 9 September 2018

Sari, Puspa dan Sufi, Pengaruh Iklan, Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Yakult di Kota Lhokseumawe (Studi Konsumen Yakult Pada Mahasiswa Universitas Malikussaleh Kampus Bukit Indah), Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Volume 4, No. 1, 80-97, April 2021

Schiffman dan Kanuk, Perilaku Konsumen. Jakarta: Indeks, 2007

Sugiyono, P.D (2008), Metode Penelitian Pendidikan : (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D). Alfabeta, Bandung

Supriyadi, Yuntawati Fristin, Ginanjar Indra K. 2016. Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian. (Studi pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek Converse di Fisip Universitas Merdeka Malang) Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 3 No.1, Januari 2016

Suryana, M.si Kewirausahaan- Pedoman Praktis Kiat dan Proses Menuju Sukses edisi 3 (2001)

Weenas, Jackson R.S. (2013), Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta, Jurnal EMBA, Vol. 1 No. 4 tahun 2013, Universitas Sam Ratulangi, Manado).

Zoelkifli Kasip, Perilaku Konsumen (Jakarta: PT. Indeks, 2004)

<https://helohehat.com/obat-suplemen/yakult/>

<https://www.yakult.co.id/berita/peran-probiotik-dalam-meningkatkan-daya-tahan-tubuh-MjA=>

