

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, IKLAN DAN HARGA  
DALAM MEMPENGARUHI BRAND IMAGE SERTA  
DAMPAKNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR  
MINERAL MEREK AQUA  
(STUDI PADA MAHASISWA DI BEKASI RAYA)**

**SKRIPSI**



**OLEH:  
FAJAR DANANG LEGOWO  
NIM: 112010659**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PELITA BANGSA  
BEKASI  
2024**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, IKLAN DAN HARGA  
DALAM MEMPENGARUHI BRAND IMAGE SERTA  
DAMPAKNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR  
MINERAL MEREK AQUA  
(STUDI PADA MAHASISWA DI BEKASI RAYA)**

Diajukan Kepada Universitas Pelita Bangsa  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam  
Menyelesaikan Program Sarjana Manajemen

**SKRIPSI**



**OLEH:  
FAJAR DANANG LEGOWO  
NIM: 112010659**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PELITA BANGSA  
BEKASI  
2024**

## **PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fajar Danang Legowo

Nim : 112010659

Jurusan : Manajemen

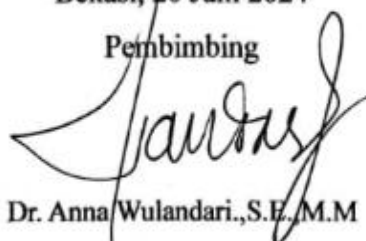
Konsentrasi : Kewirausahaan

Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK, IKLAN DAN HARGA  
DALAM MEMPENGARUHI BRAND IMAGE SERTA  
DAMPAKNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR  
MINERAL MEREK AQUA STUDI PADA MAHASISWA DI  
BEKASI RAYA

Menyatakan bahwa berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka saya yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti sidang proposal pada program studi manajemen kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Bekasi, 20 Juni 2024

Pembimbing



Dr. Anna Wulandari., S.E., M.M

NIDN: 0313037903

## SKRIPSI

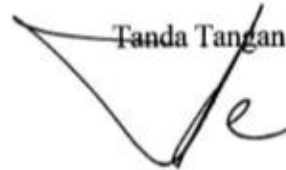
### ***PENGARUH KUALITAS PRODUK, IKLAN DAN HARGA DALAM MEMPENGARUHI BRAND IMAGE SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINERAL MEREK AQUA STUDI PADA MAHASISWA DI BEKASI RAYA***

Dipersiapkan dan disusun oleh:  
Fajar Danang Legowo  
112010659

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi pada hari Jumat, tanggal 16, bulan Agustus, tahun 2024, dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

#### SUSUNAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI

Ketua Penguji,  
Dr. Asral, S.E.,MM.  
NIDN: 0417086706

Tanda Tangan  


.....

Anggota Penguji  
Catur Sasi Kirono, S.H.,M.M.  
NIDK: 8903600020

Tanda Tangan  

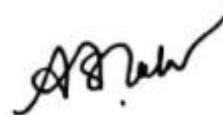

Mengetahui,

Ka. Prodi Manajemen



Dr. Yunita Ramadhani RDS, S.E., M.Sc.  
NIDN: 0406068402

Dekan Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis



Dr. Preatmi Nurastuti, S.E., M.M.  
NIDN: 0404046508

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fajar Danang Legowo

NIM : 112010697

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Universitas Pelita Bangsa seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan Skripsi yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian Skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Bekasi, 20 Juni 2024



Fajar Danang Legowo

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*“Hai orang-orang beriman apabila dikatakan kepadamu: “Berlapang-lapanglah dalam majelis”, maka lapangkan lah niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan: “Berdirilah kamu”, maka berdirilah, niscaya*

*Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”*

(Q.S. Al-Mujadalah ayat 11)

*“Konsisten dalam belajar mengantarkanmu kepada kebahagiaan”*

Karya ini kupersembahkan untuk:

- Ayah dan ibu yang senantiasa berikhtiar, berdo'a dan mengharapkan yang terbaik untukku.
- Keluarga dan orang-orang terdekat yang selalu memberikan dukungan agar karya ini segera selesai.
- Dr. Anna Wulandari.,S.E.,M.M yang telah memberikan ilmu dan telah sabar membimbingku dalam menyusun skripsi sampai selesai
- Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan pengetahuan serta teladan yang sangat berharga.

Semua orang yang menjadi bagian dalam dinamika proses yang kulalui

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji hanya milik Allah SWT Tuhan semesta alam yang Rahmat dan ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul: “Pengaruh Kualitas Produk, Iklan dan Harga dalam Mempengaruhi *Brand Image* serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Merek AQUA Studi Pada Mahasiswa di Bekasi Raya”. Penyusunan proposal skripsi ini merupakan salah satu persyaratan mata kuliah seminar proposal Fakultas Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial Universitas Pelita Bangsa (UPB).

Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat diselesaikan berkat diselsaikan berkat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Kepada Allah. SWT Yang senantiasa memberi saya Kesehatan, serta rezeki kepada saya.
2. Bapak Hamzah Muhammad Adiputra., SKM., M.M selaku Rektor Universitas Pelita Bangsa.
3. Ibu DR. Preatmi Nurastuti., S.E., M.M selaku Dekan Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Pelita Bangsa beserta seluruh jajarannya yang telah memberikan kesempatan dan izin dukungan moril dan materil kepada penulis.
4. Ibu DR. Yunita Ramadhani RDS., S.E., M.Sc selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan rekomendasi dan memfasilitasi penulis untuk dapat menulis skripsi mahasiswa.
5. Ibu Dr. Anna Wulandari, S.E., M.M Selaku dosen pembimbing yang dengan sabar dan cermat memberikan bimbingan dan motivasi dalam penyusunan skripsi.
6. Bapak/Ibu Dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial yang telah membimbing, mengarahkan, menasehati dan membagi ilmu pengetahuan sebagai bekal bagi penulis.
7. Kepada Orang tua saya yang selalu memberikan doa

8. Dan Kepada Istri saya tercinta Andini Khoerunnisa, yang telah bersedia  
membersamai saya dalam menyelesaikan skripsi saya.

Penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini masih banyak keterbatasan pada  
susunan proposal skripsi ini sehingga dapat kritik dan saran sangat diharapkan demi  
perbaikan penulisan hasil penelitian dikemudian hari, semoga hasil penelitian ini  
dapat memberikan manfaat untuk pengembangan ilmu dimasa yang akan datang.

Bekasi, 20 Juni 2024

Penulis

Fajar Danang Legowo



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
1.5 Sistematika Penulisan.....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>13</b>
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	13
2.1.2 Keputusan Pembelian .....	16
2.1.3 <i>Brand Image</i> .....	19
2.1.4 Pengertian Kualitas Produk.....	22
2.1.5 Pengertian Iklan.....	23
2.1.6 Pengertian Harga .....	26
2.2 Penelitian Terdahulu .....	27
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian .....	32
2.3.1 Hipotesis .....	32
2.3.2 Model Penelitian.....	41
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>42</b>
3.1 Jenis dan Desain Penelitian .....	42
3.1.1 Jenis Penelitian .....	42
3.1.2 Desain Penelitian .....	42
3.2 Operasionalisasi Variabel .....	43
3.3 Populasi, Sampel, Metode Pengambilan Sampel.....	44
3.3.1 Populasi.....	45
3.3.2 Sampel .....	45
3.3.3 Metode Pengambilan Sampel.....	45
3.4 Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.4.1 Jenis Data .....	46
3.4.2 Sumber Data.....	46

3.4.3 Teknik Pengumpulan Data .....	47
3.5 Metode Analisis.....	47
3.5.1 Analisis Outer Model .....	48
3.6 Uji Validitas .....	48
3.6.1 Analisis Inner Model .....	48
3.6.2 Analisis Hipotesis .....	48
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>49</b>
4.1 Analisis Data.....	49
4.1.1 Karakteristik Responden.....	49
4.2 Profil Responden.....	49
4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	49
4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	50
4.2.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	50
4.3 Hasil dan Analisis Penelitian .....	51
4.3.1 Merancang Path Outer Model .....	52
4.3.2 Uji Validitas.....	52
4.3.3 Uji Reliabilitas.....	56
4.3.4 Analisa Inner Model .....	57
4.3.5 Analisa Hipotesis.....	58
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian .....	61
4.4.1 Pembahasan.....	61
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>67</b>
5.1 Kesimpulan .....	67
5.2 Saran.....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>69</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>74</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasional Variabel .....	43
Tabel 4.1 Outer Loading 1 .....	54
Tabel 4.2 Outer Loading 2.....	55
Tabel 4.3 Average Variance Extracted (AVE).....	57
Tabel 4.4 Composite Reliability .....	57
Tabel 4.5 Cronbach's Alpha.....	58
Tabel 4.6 R-Square .....	58
Tabel 4.7 Path Coefficient.....	59
Tabel 4.8 Special Indirect Effects.....	61

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Survei Merk Air Mineral.....	3
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	41
Gambar 3.1 Desain Penelitian .....	42
Gambar 4.1 Diagram Usia.....	49
Gambar 4.2 Diagram Jenis Kelamin.....	50
Gambar 4.3 Diagram Pendidikan Terakhir .....	51
Gambar 4.4 PathOuter Model.....	52
Gambar 4.5 PathOuter Model.....	55

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian .....	75
Lampiran 2 Tabulasi Kuisisioner Penelitian .....	79
Lampiran 3 Deskriptif Responden .....	92
Lampiran 4 <i>Path Outer Loading</i> .....	93
Lampiran 5 <i>Average Variance Extracted</i> .....	96
Lampiran 6 <i>Composite Reliability</i> .....	96
Lampiran 7 <i>Cronbach's Alpha</i> .....	96
Lampiran 8 R Square .....	97
Lampiran 9 <i>Path Coefficient</i> .....	97
Lampiran 10 <i>Special Indirect Effects</i> .....	99
Lampiran 11 Daftar Riwayat Hidup .....	98

***The Influence Of Product Quality, Advertising And Price In Influence Brand Image And Its Impact On Purchase Decisions Of Aqua Brand Mineral Water: A Study Of Students In Bekasi Raya***

Fajar Danang Legowo<sup>1</sup>,  
Dr. Anna Wulandari, S.E., M.M.<sup>2</sup>

***Abstract***

*Clean water is a basic human need, fulfilling daily needs for clean water, especially for drinking water, is still a problem in several countries. In Indonesia itself, not many households have clean water that is suitable for drinking. The purpose of this research is to determine the influence of product quality, advertising and price on brand image and its impact on purchasing decisions. This research uses quantitative methods with the sample size being students in Bekasi with a sample size of 100 respondents. This research was processed using SmartPLS data processing software and data collection was carried out via Google forms. The results of this research show that product quality has a positive and significant effect on brand image. Advertising has a positive and significant effect on Brand Image. Price has a positive and significant effect on Brand Image. Brand Image has a positive and significant effect on Purchasing Decisions. Product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions. Advertising has a positive and significant effect on purchasing decisions. Price has a positive and significant effect on purchasing decisions. Product quality has a positive and significant effect on brand image and purchasing decisions. Advertising has a positive and significant effect on Brand Image and on Purchasing Decisions. Price has a positive and significant effect on Brand Image and on Purchasing Decisions.*

*Keywords: Product Quality, Advertising, Price, Brand Image, Purchase Decision*

***Pengaruh Kualitas Produk, Iklan Dan Harga Dalam Mempengaruhi Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Merek Aqua Studi Pada Mahasiswa Di Bekasi Raya***

Fajar Danang Legowo<sup>1)</sup>  
Dr. Anna Wulandari.,S.E.,M.M<sup>2)</sup>

***ABSTRAK***

*Air bersih merupakan kebutuhan dasar manusia, pemenuhan kebutuhan air bersih untuk sehari-hari khususnya untuk air minum masih menjadi problem di beberapa negara. Di Indonesia sendiri tidak banyak rumah tangga yang memiliki air bersih dan layak untuk diminum. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Iklan dan Harga terhadap Brand Image serta dampaknya terhadap Keputusan Pembelian. Penelitian ini memakai metode kuantitatif dengan jumlah sampel adalah mahasiswa di Bekasi dengan jumlah penentuan sampel yaitu sebanyak 100 responden. Penelitian ini diolah dengan menggunakan software olah data SmartPLS dan pengumpulan data dilakukan melalui formulir Google. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Brand Image. Iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Brand Image. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Brand Image. Brand Image berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Brand Image dan terhadap Keputusan Pembelian. Iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Brand Image dan terhadap Keputusan Pembelian. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Brand Image dan terhadap Keputusan Pembelian.*

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