

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRODUCT QUALITY*, DAN *PRICE*
TERHADAP *PURCHASE DECISION* PRODUK CIMORY
(STUDI KASUS MASYARAKAT JABODETABEK)**

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi syarat-syarat memperoleh gelar
Sarjana Terapan



**POLITEKNIK
TEMPO**

Disusun Oleh :
AYU NADIA IRAWAN
211210005

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN INTERNASIONAL
POLITEKNIK TEMPO
2025**

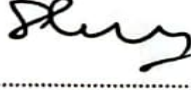
 POLITEKNIK TEMPO	KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI POLITEKNIK TEMPO PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN INTERNASIONAL	Form TA- 15
	PENGESAHAN TUGAS AKHIR	

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRODUCT QUALITY*, DAN *PRICE* TERHADAP *PURCHASE DECISION* PRODUK CIMORY (STUDI KASUS MASYARAKAT JABODETABEK)**

Nama : Ayu Nadia Irawan

NIM : 211210005

Tugas Akhir ini telah dinyatakan lulus dalam sidang Tugas Akhir pada 30 Mei 2025 dihadapan penguji dan telah di revisi sesuai catatan Tim Penguji. Karena itu, penulis berhak memperoleh gelar Sarjana Terapan D4 S.Tr.M di bidang Manajemen.

		Jakarta, 4 Juni 2025
	Tanggal	Tanda Tangan
Ketua Program Studi <u>Dr. Ardiansyah, S.Kom., M.M</u> NIDN. 0306028803	4/6 25	
Penguji I <u>Harry Jundrio, S.E., M.M</u> NIDN. 0330068302	05/06/2025	
Penguji II <u>Dr. Ardiansyah, S.Kom., M.M</u> NIDN. 0306028803	4/6 25	
Pembimbing I <u>Indira Tribhuwana Tungga Dewi, S.E., M.M</u> NIDN. 0312029401	5/6 2025	
Pembimbing II <u>Shalfi Andri, S.P., M.M</u> NIDN. 0328087202	5/6 2025	
Mengetahui, Direktur Politeknik Tempo  <u>Shalfi Andri, S.P., M.M</u> NIDN. 0328087202		

 POLITEKNIK TEMPO	KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI POLITEKNIK TEMPO PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN INTERNASIONAL	Form TA- 10
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR		

***"PENGARUH BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY, DAN PRICE
TERHADAP PURCHASE DECISION PRODUK CIMORY (STUDI KASUS
MASYARAKAT JABODETABEK)"***

Disusun oleh :
AYU NADIA IRAWAN
NIM. 211210005

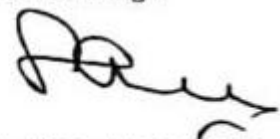
Diterima dan Disetujui untuk dipertahankan pada Ujian Sidang Tugas Akhir
Menyetujui,
Jakarta, 23 Mei 2025

Pembimbing I



Indira Tribhuwana Tungga Dewi, S.E., M.M.
NIDN. 0312029401

Pembimbing II



Shalfi Andri, S.P., M.M.
NIDN. 0328087202

Menyetujui,
Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional



Dr. Ardiansyah, S.Kom., M.M.
NIDN. 0306028803

 POLITEKNIK TEMPO	KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI POLITEKNIK TEMPO PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN INTERNASIONAL	Form TA- 16
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI		

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Ayu Nadia Irawan

Tempat/Tanggal lahir : Jakarta/23 Januari 2003

NIM : 211210005

Program Studi : Manajemen Pemasaran Internasional

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRODUCT QUALITY*, DAN *PRICE* TERHADAP *PURCHASE DECISION* PRODUK CIMORY (STUDI KASUS MASYARAKAT JABODETABEK)**

Dosen Pembimbing : 1. Indira Tribhuwana Tungga Dewi, S.E., M.M.
2. Shalfi Andri,S.P.,M.M.

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir yang saya buat benar-benar hasil karya sendiri dan saya bertanggung jawab secara akademis atas apa yang saya tulis.

Pernyataan ini dibuat sebagai salah satu syarat menempuh Ujian Tugas Akhir.

Jakarta, 22 Mei 2025

Mahasiswa Ybs,



Ayu Nadia Irawan

NIM. 211210005

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH



POLITEKNIK TEMPO

Gedung TEMPO Jl. Palmerah Barat No. 8 Jakarta 12210

☎ 021-5360409

✉ admin@politekniktempo.ac.id

🌐 www.politekniktempo.ac.id

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

Sebagai sivitas akademika Politeknik Tempo, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ayu Nadia Irawan

NIM : 211210005

Prodi / Angkatan : Manajemen Pemasaran Internasional / 2021

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan Politeknik Tempo, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Tugas Akhir ☐ Laporan Penelitian ☐ Lain-lain (.....)

Yang berjudul : **PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRODUCT QUALITY*, DAN *PRICE* TERHADAP *PURCHASE DECISION* PRODUK CIMORY (STUDI KASUS MASYARAKAT JABODETABEK)**

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan Politeknik Tempo berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Politeknik Tempo, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 06 Juni 2025

Penulis,



(Ayu Nadia Irawan)

ABSTRACT

“PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRODUCT QUALITY*, DAN *PRICE* TERHADAP *PURCHASE DECISION* PRODUK CIMORY (STUDI KASUS MASYARAKAT JABODETABEK)”

Disusun oleh :

Ayu Nadia Irawan

Manajemen Pemasaran Internasional

Pembimbing I : Indira Tribhuwana Tungga Dewi

Pembimbing II : Shalfi Andri

Increasing milk consumption in society has impacted competition within the dairy industry. Although PT Cisarua Mountain Dairy Tbk, or Cimory, has maintained its top position in the yoghurt market, it has lost its top position in the UHT milk market. This study aims to determine the effect of brand image, product quality and price on the purchase of Cimory products. The research was conducted via a questionnaire distributed to consumers aged 15–45 years living in Jabodetabek who had purchased Cimory products at least once in the previous month. The sampling method used in this study was purposive sampling with a sample size of 385 respondents. The analysis used in this study included validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression test, coefficient of determination test, partial t hypothesis test, and partial correlation analysis. The results showed that the brand image variable had a significant effect on purchase decisions, the product quality variable had a significant effect on purchase decisions, and the price variable had a significant effect on purchase decisions. The effect of brand image, product quality, and price variables on purchase decision is 34.8% while the remaining 65.2% is influenced by other variables outside this study.

Keywords : Brand Image, Product Quality, Price, and Purchase Decision.

ABSTRAK

Meningkatnya konsumsi susu di masyarakat berdampak pada persaingan industri susu. PT Cisarua Mountain Dairy Tbk atau Cimory berhasil mempertahankan posisi teratas produk *yogurt*, tetapi masih kalah unggul di jajaran pasar susu UHT. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand image* terhadap *purchase decision* produk Cimory, pengaruh *product quality* terhadap *purchase decision* produk Cimory, dan pengaruh *price* terhadap *purchase decision* produk Cimory. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuesioner terhadap konsumen berusia 15 - 45 tahun domisili Jabodetabek yang melakukan pembelian produk Cimory minimal sekali dalam sebulan terakhir. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan jumlah sampel 385 responden. Pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner, analisis data dalam penelitian ini menggunakan SPSS 27. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini termasuk uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji regresi linear berganda, uji koefisien determinasi, uji hipotesis parsial t, dan analisis korelasi parsial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *brand image* berpengaruh signifikan terhadap *purchase decision*, variabel *product quality* berpengaruh signifikan terhadap *purchase decision*, dan variabel *price* berpengaruh signifikan terhadap *purchase decision*. Pengaruh variabel *brand image*, *product quality*, dan *price* terhadap *purchase decision* sebesar 34,8% sedangkan sisanya sebesar 65,2% di pengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Kata Kunci : *Brand Image*, *Product Quality*, *Price*, dan *Purchase Decision*.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas berkat dan rahmat-Nya, maka penulis dapat menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi “Pengaruh *Brand image*, *Product Quality*, dan *Price* terhadap *Purchase Decision* Produk Cimory (Studi Kasus Masyarakat Jabodetabek)”. Skripsi ini ditujukan untuk memenuhi syarat-syarat memperoleh gelar Sarjana Terapan Manajemen Pemasaran Internasional Politeknik Tempo.

Selama penulisan tugas akhir ini, penulis mendapatkan bantuan baik dari bimbingan, masukan, dan arahan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Maka dari itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Shalfi Andri, S.P., M.M., selaku Direktur Politeknik Tempo dan Dosen Pembimbing Tugas Akhir, yang telah memberikan perbaikan dan masukan selama penyusunan proposal tugas akhir.
2. Indira Tribhuwana Tungga Dewi, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir, yang telah memberikan ilmu dan pemahaman selama penulisan tugas akhir.
3. Dr. Ardiansyah, S.Kom., M.M. selaku Kaprodi Manajemen Pemasaran Internasional Politeknik Tempo, yang telah memberikan ilmu serta wawasan pada penulisan tugas akhir.
4. Harry Jundrio, S.E., M.M. selaku Dosen Penguji 1 dan Dosen Pengampu mata kuliah di Manajemen Pemasaran Internasional.
5. Rahmi Utami, S.Sos., M.B.A. selaku Dosen Pengampu mata kuliah di Manajemen Pemasaran Internasional.
6. Dewi Yani Amril, S.Kom., M.M. selaku Dosen Pengampu mata kuliah di Manajemen Pemasaran Internasional.
7. Muhammad Iqbal Arrasyid, S.E., M.M., Ph.D. selaku Dosen Pengampu mata kuliah di Manajemen Pemasaran Internasional.
8. Seluruh Staff dan Tenaga Pendidik Tempo, yang telah membantu memberikan wawasan mengenai tugas akhir.
9. Kedua orang tua penulis, saudara, dan keluarga besar atas bantuan, doa, dan dukungan yang sangat banyak, sehingga termotivasi untuk menyelesaikan skripsi dengan rajin dan teliti.
10. Teman-teman penulis Manda dan Lina sebagai tempat keluh kesah dan berbagi informasi.

11. Sesama mahasiswa semester akhir dari obrolan telegram, tiktok, dan twitter yang mau berbagi edukasi mengenai metode penelitian.
12. Teman-teman penulis Pani, Wina, dan teman-teman seluruh Politeknik Tempo yang namanya tidak dapat disebutkan satu per satu.
13. Teman-teman dari grup, komunitas, dan *channel* di berbagai media sosial yang memberikan masukan dan arahan selama penulis kesulitan mencari sampel dan revisi bab-bab yang tidak dimengerti.

Banyaknya nama yang disebutkan di atas merupakan wujud rasa terima kasih penulis yang tak terhingga sebab telah membantu dalam pembuatan skripsi ini.

Penulis berharap adanya tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi teman-teman dan pembaca umumnya.

Jakarta, 16 Mei 2025



Ayu Nadia Irawan

DAFTAR ISI

PENGESAHAN TUGAS AKHIR	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	ii
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Batasan Masalah	9
D. Rumusan Masalah	10
E. Tujuan Penelitian	10
F. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Kajian Teori.....	12
A.1 <i>Brand Image</i>	12
A. 1.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	12
A.1.2 Dimensi <i>Brand Image</i>	12
A.1.3 Indikator <i>Brand Image</i>	13
A.2 <i>Product Quality</i>	14
A.2.1 Pengertian <i>Product Quality</i>	14

A.2.2	Dimensi <i>Product Quality</i>	14
A.2.3	Indikator <i>Product Quality</i>	15
A.3	<i>Price</i>	15
A.3.1	Pengertian <i>Price</i>	15
A.3.2	Dimensi <i>Price</i>	16
A.3.3	Indikator <i>Price</i>	16
A.4	<i>Purchase Decision</i>	16
A.4.1	Pengertian <i>Purchase Decision</i>	16
A.4.2	Dimensi <i>Purchase Decision</i>	17
A.4.3	Indikator <i>Purchase Decision</i>	17
B.	Penelitian Terdahulu	18
C.	Kerangka Berpikir	25
D.	Hipotesis Penelitian.....	26
BAB III		27
METODE PENELITIAN		27
A.	Jenis atau Desain Penelitian.....	27
B.	Tempat dan Waktu Penelitian	27
C.	Populasi dan Sampel Penelitian	28
C.1	Populasi.....	28
C.2	Sampel dan Teknik <i>Sampling</i>	29
D.	Definisi dan Operasionalisasi Variabel	30
D.1	Definisi Variabel.....	30
D.1.1	Variabel Independen	30
D.1.2	Variabel Dependen	30
D.2	Operasionalisasi Variabel	30
E.	Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data	32
F.	Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	33
F.1	Uji Validitas	33
F.2	Uji Reliabilitas	35

G.	Teknik Analisis Data	37
G.1	Metode Analisis Deskriptif Persentase	37
G.2	Uji Asumsi Klasik.....	38
G.2.1	Uji Normalitas Data	38
G.2.2	Uji Multikolinearitas	38
G.2.3	Uji Heteroskedastisitas	39
G.3	Uji Regresi.....	39
G.3.1	Uji Analisis Linear Berganda	39
G.3.2	Koefisien Determinasi (r^2).....	40
G.4	Uji Hipotesis.....	40
G.4.1	Uji Parsial (Uji T).....	40
G.5	Analisis Korelasi	41
G.5.1	Analisis Korelasi Parsial.....	41
BAB IV		43
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		43
A.	Data Hasil Penelitian	43
A.1	Gambaran Umum PT Cimory.....	43
B.	Analisis Data / Pembahasan.....	44
B.1	Statistik Deskriptif.....	44
B.1.1	Karakteristik Responden	44
B.1.2	Jenis Kelamin Responden.....	44
B.1.3	Usia Responden	45
B.1.4	Pendapatan Responden.....	45
B.1.5	Domisili Responden	46
B.2	Deskriptif Jawaban Responden	46
B.2.1	Variabel <i>Brand Image</i>	46
B.2.2	Variabel <i>Product Quality</i>	47
B.2.3	Variabel <i>Price</i>	48
B.2.4	Variabel <i>Purchase Decision</i>	49

C.	Hasil Pengujian Instrumen	51
C.1	Uji Validitas	51
C.2	Uji Reliabilitas	52
D.	Uji Asumsi Klasik.....	53
D.1	Uji Normalitas.....	53
D.2	Uji Multikolinearitas	54
D.3	Uji Heteroskedastisitas.....	55
E.	Uji Regresi	56
E.1	Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	56
E.2	Koefisien Determinasi (R ²)	57
F.	Uji Hipotesis	58
F.1	Uji Parsial (Uji T).....	58
G.	Analisis Korelasi.....	59
G.1	Analisis Korelasi Parsial	59
H.	Hasil Pembahasan	61
H.1	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i>	61
H.2	Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i>	62
H.3	Pengaruh <i>Price</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i>	62
I.	Keterbatasan	62
BAB V		64
PENUTUP		64
A.	Kesimpulan.....	64
B.	Implikasi	64
C.	Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA		67
LAMPIRAN		70

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 <i>Brand Index</i> Hasil Komparasi <i>Brand</i> Yogurt Cimory dan Kin	3
Tabel 1. 2 <i>Brand Index</i> Hasil Komparasi Antar <i>Brand</i> Yogurt.....	4
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian	28
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel	31
Tabel 3. 3 Instrumen Skala Likert	33
Tabel 3. 4 Uji Validitas Pra Riset.....	34
Tabel 3. 5 Uji Reliabilitas Pra Riset Variabel <i>Brand Image</i> (X1)	36
Tabel 3. 6 Uji Reliabilitas Pra Riset Variabel <i>Product Quality</i> (X2)	36
Tabel 3. 7 Uji Reliabilitas Pra Riset Variabel <i>Price</i> (X3)	36
Tabel 3. 8 Uji Reliabilitas Pra Riset Variabel <i>Purchase Decision</i> (Y)	37
Tabel 3. 9 Pedoman Mengintegrasikan Koefisien Korelasi.....	41
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	44
Tabel 4. 2 Usia Responden	45
Tabel 4. 3 Pendapatan Responden	45
Tabel 4. 4 Domisili Responden	46
Tabel 4. 5 Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Brand Image</i> (X1).....	46
Tabel 4. 6 Pernyataan Responden Variabel <i>Brand Image</i> (X1).....	47
Tabel 4. 7 Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Product Quality</i> (X2)	47
Tabel 4. 8 Pernyataan Responden Variabel <i>Product Quality</i> (X2)	48
Tabel 4. 9 Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Price</i> (X3).....	48
Tabel 4. 10 Pernyataan Responden Variabel <i>Price</i> (X3).....	49
Tabel 4. 11 Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Purchase Decision</i> (Y)	49
Tabel 4. 12 Pernyataan Responden Variabel <i>Purchase Decision</i> (Y).....	50
Tabel 4. 13 Uji Validitas Riset	51
Tabel 4. 14 Uji Reliabilitas Riset Variabel <i>Brand Image</i> (X1).....	52
Tabel 4. 15 Uji Reliabilitas Riset Variabel <i>Product Quality</i> (X2)	53
Tabel 4. 16 Uji Reliabilitas Riset Variabel <i>Price</i> (X3).....	53
Tabel 4. 17 Uji Reliabilitas Riset Variabel <i>Purchase Decision</i> (Y).....	53
Tabel 4. 18 Uji Normalitas	54
Tabel 4. 19 Uji Multikolinearitas	55
Tabel 4. 20 Uji Heteroskedastisitas	55
Tabel 4. 21 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	56
Tabel 4. 22 Model Summary (Koefisien Determinasi R^2).....	57
Tabel 4. 23 Uji Parsial <i>Coefficients</i> X1	58
Tabel 4. 24 Uji Parsial <i>Coefficients</i> X2	58
Tabel 4. 25 Uji Parsial <i>Coefficients</i> X3	59

Tabel 4. 26 Uji Analisis Korelasi Parsial X1	59
Tabel 4. 27 Uji Analisis Korelasi Parsial X2	60
Tabel 4. 28 Uji Analisis Korelasi Parsial X3	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Susu Favorit Orang Indonesia.....	1
Gambar 1. 2 Merek Susu UHT yang Paling Sering Dikonsumsi Masyarakat Indonesia Setahun Terakhir	2
Gambar 1. 3 Harga Susu UHT di Indomaret	5
Gambar 1. 4 Harga Susu UHT di Alfagift	6
Gambar 1. 5 <i>Net Sales</i> Cimory	7
Gambar 1. 6 Faktor Keputusan Pembelian	8
Gambar 2. 1 Kerangka pemikiran.....	25
Gambar 4. 1 Logo Cimory.....	43
Gambar 4. 2 Produk Cimory	43