

Sidang Skripsi Prodi Teknik Industri

Analisis Pengaruh Faktor Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian

Produk Teh Botol Sosro Kemasan PET

Eric Agus Wicaksono - 191020700021

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

2025



Latar Belakang

Teh botol sosro sebagai merek lama menghadapi tantangan dari merek baru



Citra merek yang kuat mampu memberikan keunggulan yang kompetitif

Rumusan Masalah

- Citra merek berpengaruh terhadap Keputusan pembelian?
- Kualitas produk berpengaruh terhadap Keputusan pembelian?
- Harga berpengaruh terhadap Keputusan pembelian?



Tujuan Penelitian

- Menganalisis pengaruh citra merek terhadap Keputusan pembelian
- Memberikan usulan perbaikan agar jumlah penjualan meningkat Kembali.

Posisi Penelitian

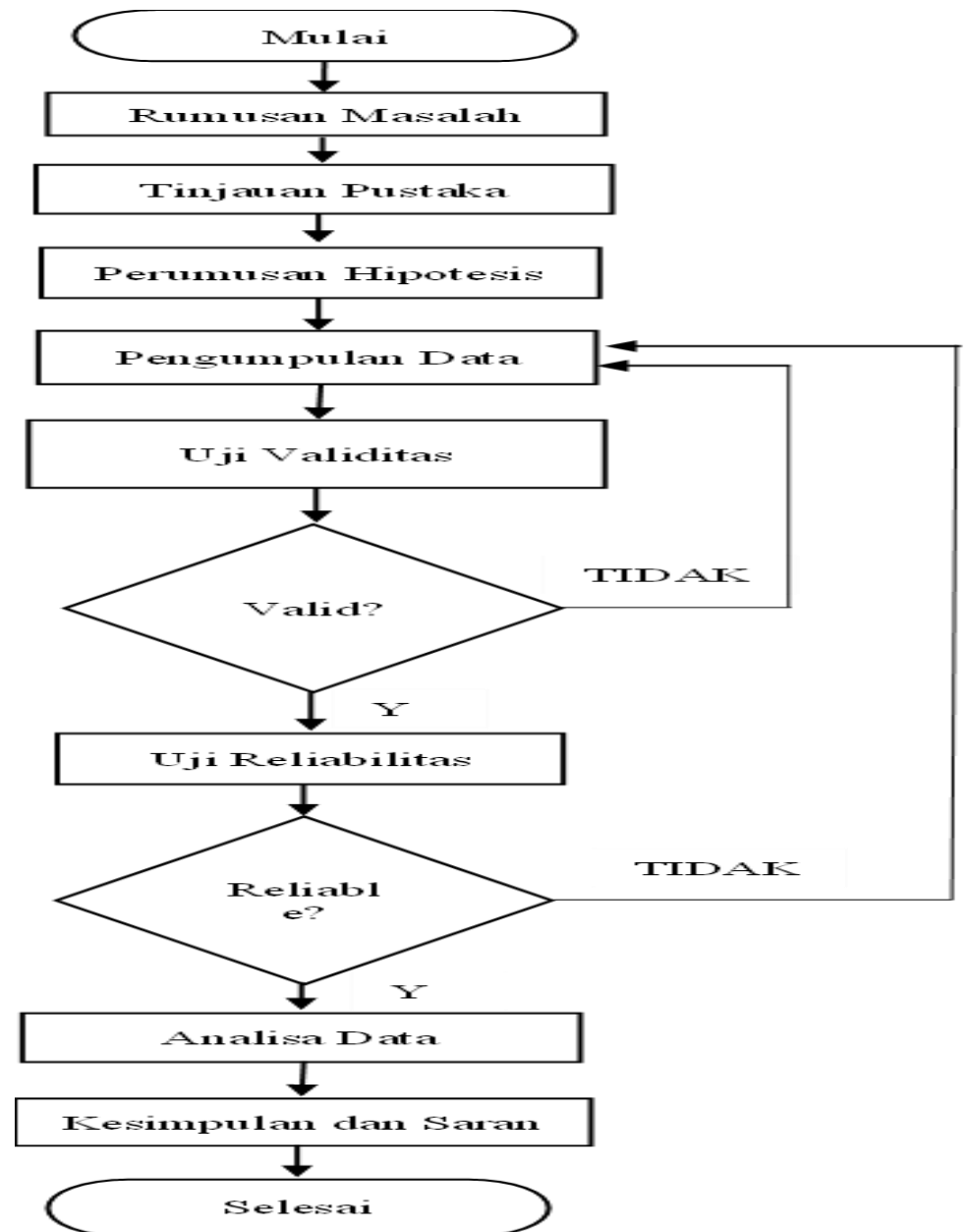
Penelitian Ke-1

Chanissa
Purwaningrum, 2025.
Hanya berfokus pada
aspek citra merek
terhadap Keputusan
pembelian.

Penelitian Ke-2

Mutia Husnul Huluk
dkk, 2023.
Hubungan citra merek
dan harga tanpa
kualitas produk.

Kerangka Berpikir



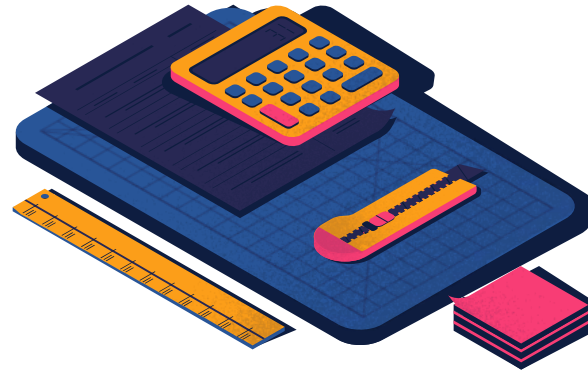
Metode Penelitian

Jenis Penelitian



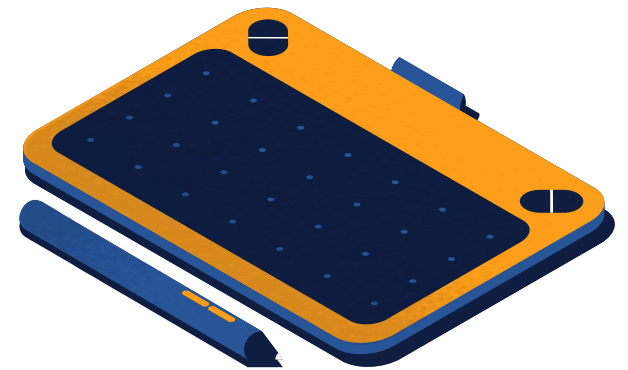
Kuantitatif

Sumber Data



Data primer-Kuesioner
Data Sekunder-Studi
literatur

Teknik Pengumpulan
Data



Kuesioner skala Linkert
1-5

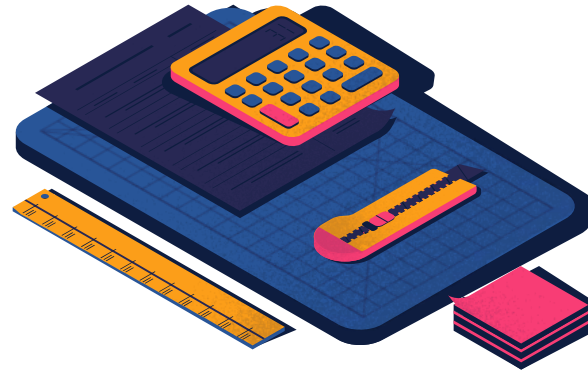
Metode Penelitian

Teknik Analisis Data



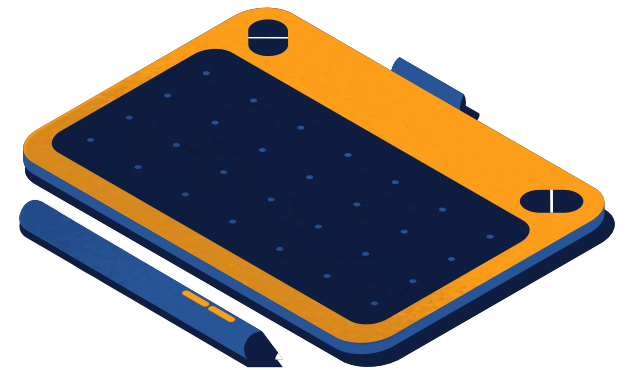
Structural Equation
Modeling

Teknik Olah Data



PLS-SEM menggunakan
Software SmartPLS

Lokasi Penelitian



Kabupaten Sidoarjo

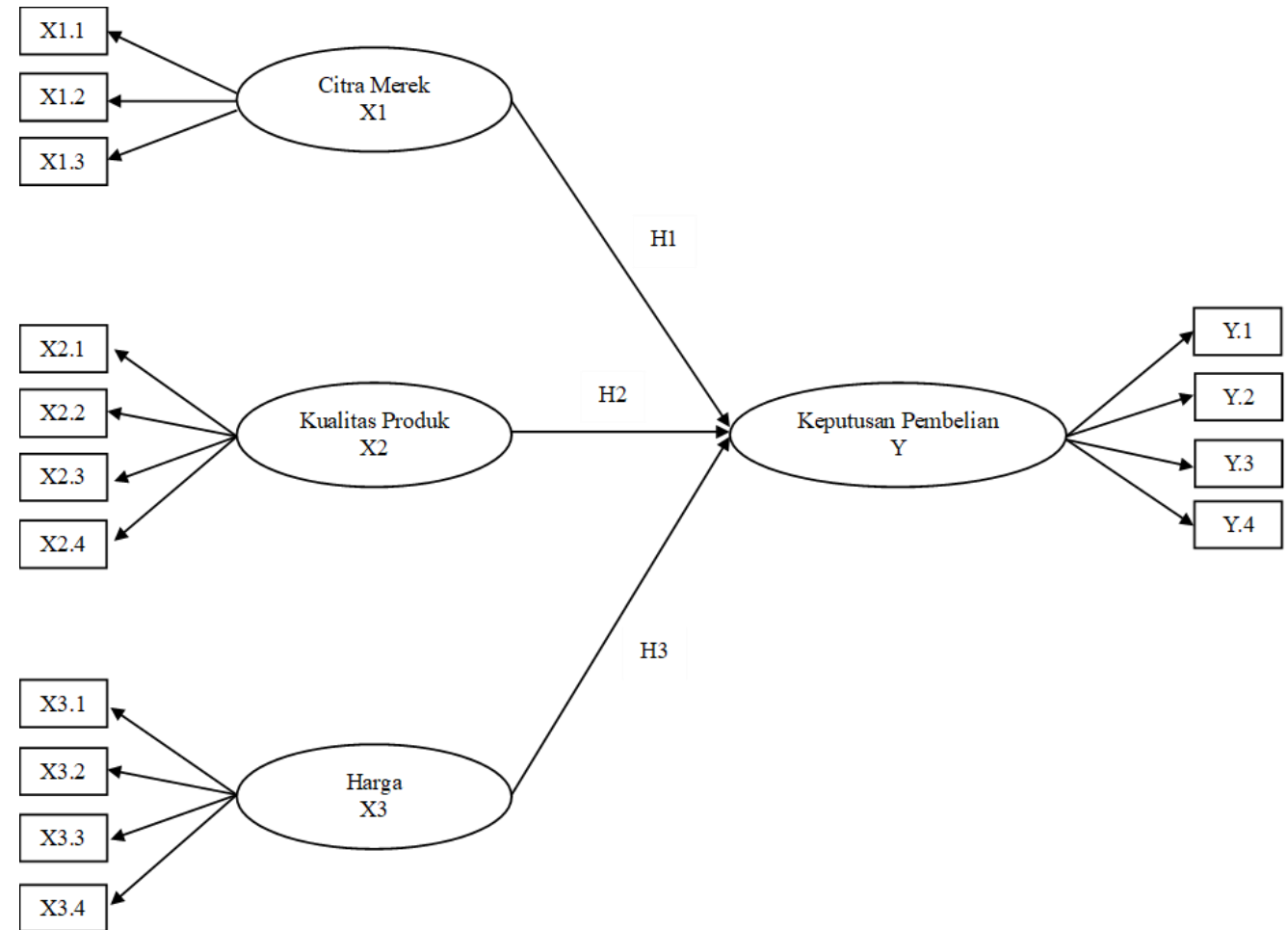
Model Penelitian SEM

Hipotesis:

H1 : Citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian

H2 : Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian

H3 : Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian



Uji Validitas & Reliabilitas

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
CITRA MEREK	0.915	0.923	0.946	0.854
HARGA	0.876	0.920	0.914	0.728
KUALITAS PRODUK	0.884	0.903	0.920	0.741
KEPUTUSAN PEMBELIAN	0.815	0.825	0.979	0.646

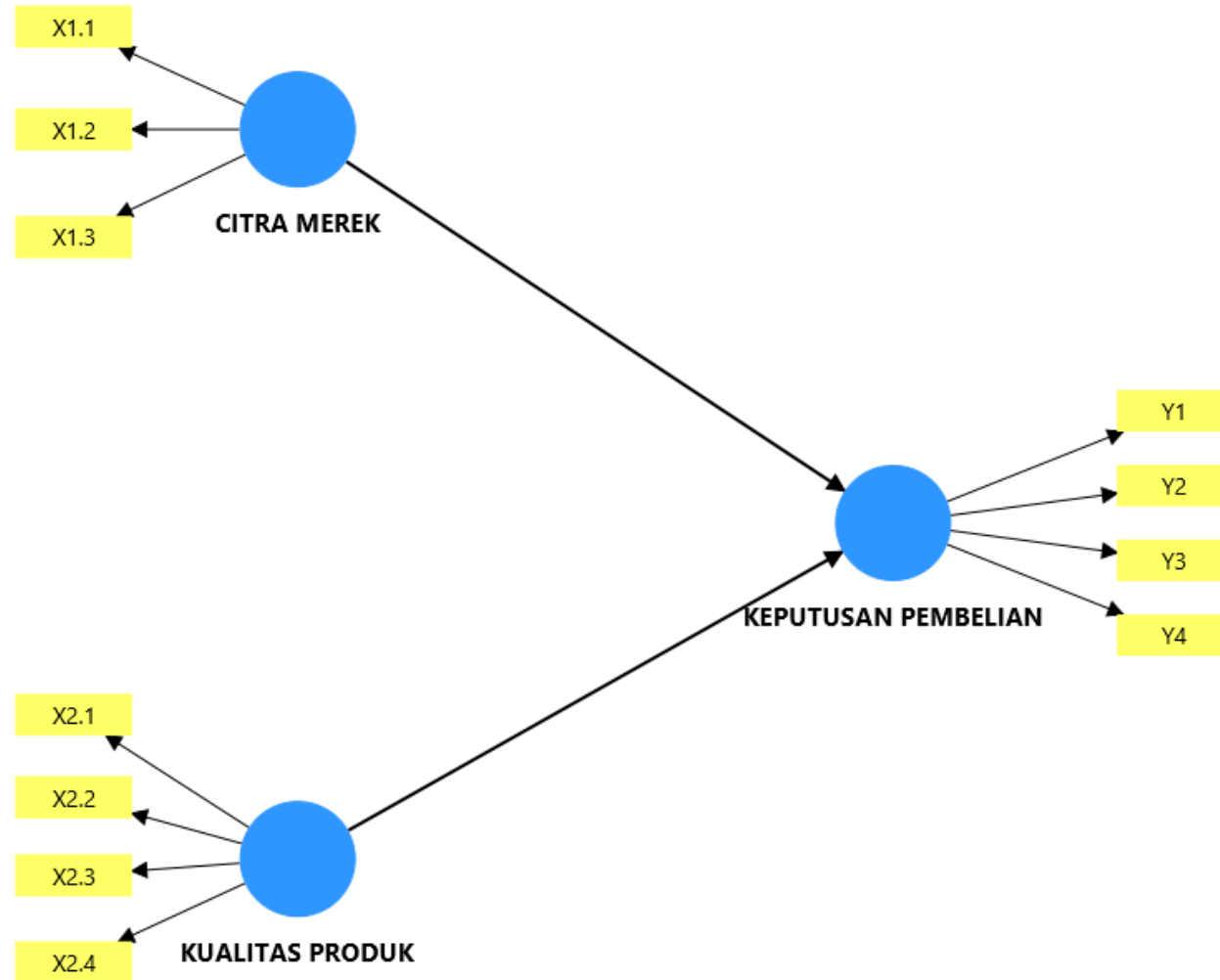
Goodness of Fit (Model Fit)

Indeks	Nilai	Kriteria / Ambang Batas	Interpretasi
SRMR	0,071	$\leq 0,08$	Fit baik
d_uls	0,599	Interval CI atas > nilai asli	Fit baik
d_g	0,270	Interval CI atas > nilai asli	Fit baik
Chi-Square	166,091	-	-
NFI	0,832	$\geq 0,90$ ideal	Nilai di bawah ideal

Hasil Uji Hipotesis

	Hipotesis	Hasil	Keterangan
H1	Citra merek berpengaruh		
	terhadap Keputusan pembelian	T-statistics = 6,656 P-Value = 0,000	Diterima
H2	Kualitas produk berpengaruh		
	terhadap Keputusan pembelian	T-statistics = 6,186 P-Value = 0,000	Diterima
H3	Harga berpengaruh terhadap		
	Keputusan pembelian	T-statistics = 1,802 P-Value = 0,072	Ditolak

Pembahasan



Pembahasan

Citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian konsumen. Sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan citra merek merupakan penyebab penting dari Keputusan pembelian konsumen (Kristianto & Wahyudi 2019),(Widayat & Rahmawati 2023). Cara untuk mempertahankan citra merek dengan menyebarkan konten ilmiah & informasi valid mengenai kandungan antioksidan, keseimbangan gula, tanpa bahan pengawet.

Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian. Temuan ini sejalan dengan dugaan awal bahwa kualitas mutu produk yang baik akan mendorong Keputusan untuk membeli. Hal ini mendukung temuan (Maharani & Pramudana 2024).

Keputusan pembelian konsumen terhadap teh botol sosro berada pada kategori tinggi, yang berarti Sebagian besar konsumen telah memiliki Tingkat keyakinan yang kuat dalam memilih produk ini dibandingkan merek lain. Temuan ini menunjukkan konsumen menilai teh botol sosro secara positif dari sisi kualitas, citra merek, dan harga di pasaran. Sejalan dengan penelitian (Indrianto 2021)

Kesimpulan

Berdasarkan analisis SEM-PLS dengan SmartPLS 4, model penelitian menunjukkan hasil yang baik.

Citra merek berpengaruh **positif dan signifikan** terhadap keputusan pembelian ($t = 6,656$; $p < 0,05$; $f^2 = 0,375$).

Kualitas produk berpengaruh **positif dan signifikan** terhadap keputusan pembelian ($t = 6,186$; $p < 0,05$; $f^2 = 0,295$).

Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ($t = 1,802$; $p > 0,05$; $f^2 = 0,048$).

➔ **Kesimpulan akhir:** Citra merek dan kualitas produk menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian, sedangkan harga berpengaruh kecil.



Thank you for listening!

