

**PENGARUH SOSIAL MEDIA, CITRA MEREK, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA ES TEH INDONESIA DI
WILAYAH KOTA MADIUN**

SKRIPSI



OLEH:

WINDY FERBA VAHLEVI

NIM. 2003102169

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI MADIUN**

2024

**PENGARUH SOSIAL MEDIA, CITRA MEREK, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA ES TEH INDONESIA DI
WILAYAH KOTA MADIUN**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas PGRI Madiun untuk Memenuhi Salah
Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan Program Sarjana Strata 1
Manajemen

OLEH:

WINDY FERBA VAHLEVI

NIM. 2003102169

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI MADIUN**

2024

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Skripsi oleh Windy Ferba Vahlevi telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Madiun, 25 Juni 2024

Pembimbing I,



Dian Citaningtyas Ari Kadi, S.E., M.M.

NIDN. 0713058001

Madiun, 25 Juni 2024

Pembimbing II,




Metikasmike, S.E., M.M.

NIDN. 0729117402

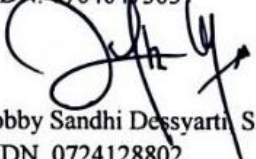
LEMBAR PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

Skripsi oleh Windy Ferba Vahlevi ini telah dipertahankan di depan panitia penguji pada hari Selasa tanggal 02 Juli 2024.


Panitia Penguji,


Dr. Apriyanti, S.E., M.M.
NIDN. 0704047305

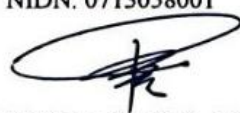
Ketua


Robby Sandhi Dessyarti, S.E., M.M.
NIDN. 0724128802

Sekretaris


Dian Citaningtyas Ari Kadi, S.E., M.M.
NIDN. 0713058001

Anggota


Metikasmike, S.E., M.M.
NIDN. 0729117402

Anggota



Dr. Karuniawati Hasanah, S.E., M.M.
NIDN. 0709118203

Anggota

Mengetahui,



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Dr. Anggra Langgeng Wijaya, S.E., M.Si., Ak., CA.
NIDN. 0727078603

Mengesahkan,



Kaprosdi S1 Manajemen


Dr. Apriyanti, S.E., M.M.
NIDN. 0704047305

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Windy Ferba Vahlevi

NIM : 2003102169

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sebenar-benarnya, bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan hasil pengerjaan orang lain ataupun hasil pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil karya tulisan saya. Apabila dikemudian hari ditemukan bukti skripsi ini hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima konsekuensi atau sanksi atas perbuatan tersebut.

Madiun, 21 Juni 2024

Yang membuat pernyataan



Windy Ferba Vahlevi

NIM. 2003102169

MOTTO DAN KATA PERSEMBAHAN

MOTTO:

Orang lain tidak akan bisa paham masa sulitku, yang mereka ingin tahu hanya bagian cerita suksesku. Berjuanglah untuk dirimu sendiri dengan iringian do'a orang tua mu, ibuku mengandung dan melahirkanku bukan untuk tumbang hanya karena mulut seseorang.

SKRIPSI INI KUPERSEMBAHKAN KEPADA:

Skripsi ini saya persembahkan kepada orang yang tidak lain dan tidak bukan adalah orang tua tercinta saya Bapak Haryono dan Ibu Wiwik Wulandari yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan kepada saya, serta kepada adikku, kepada seorang laki-laki terkasih saya yang selalu ada dan mendukung saya selama ini, dan kepada sahabatku yang selalu memberikan semangat dan motivasi.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr Wb. Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas nikmat dan karunia-Nya yang telah diberikan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Sosial Media, Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Es Teh Indonesia di Wilayah Kota Madiun”** dengan lancar dan tepat waktu. Peneliti sangat bersyukur atas terselesaikannya penyusunan skripsi ini guna memenuhi salah satu persyaratan kelulusan program Sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun.

Selama penyusunan skripsi ini peneliti mendapat banyak bimbingan, arahan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Dr. H. Supri Wahyudi, M.Pd. selaku Rektor Universitas PGRI Madiun.
2. Bapak Dr. Anggita Langgeng Wijaya, S.E., M.Si. A.k C.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun.
3. Ibu Dr. Apriyanti, S.E., M.M. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun.
4. Ibu Dian Citaningtyas Ari Kadi, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing 1 yang sudah bersedia untuk meluangkan waktunya dengan memberi bimbingan, arahan, bantuan, dan juga sabar dalam menghadapi kekurangan yang peneliti miliki selama penyusunan skripsi.

5. Ibu Metik Asmike, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing 2 yang sudah bersedia meluangkan waktunya dengan memberi bimbingan, arahan, bantuan, dan juga sabar dalam menghadapi kekurangan yang peneliti miliki selama penyusunan skripsi.
6. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun yang telah memberkati ilmu pengetahuan kepada peneliti selama perkuliahan agar bermanfaat di kemudian hari.
7. Orang tua peneliti yang senantiasa memberikan kasih sayang, dukungan, semangat dan do'a yang tidak pernah putus untuk peneliti dalam menyusun skripsi hingga selesai.
8. Seluruh teman-teman seperjuangan yang senantiasa memberikan dukungan dan semangat saat penyusunan skripsi hingga selesai.
9. Pihak-pihak yang tidak bisa saya sebutkan yang telah membantu penyelesaian skripsi ini, terima kasih atas kerjasamanya.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan, oleh karena itu kritik dan saran sangat peneliti harapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah informasi serta pengetahuan bagi semua pihak yang membutuhkan.

Madiun, 21 Juni 2024



Windy Ferba Vahlevi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN PANITIA PENGUJI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN.....	iv
MOTTO DAN KATA PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah.....	18
C. Rumusan Masalah	18
D. Tujuan Penelitian	18
E. Kegunaan Penelitian.....	19
BAB II	20
KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN	20
A. Kajian Pustaka.....	20
B. Penelitian Terdahulu	47
C. Kerangka Berpikir.....	53
D. Hipotesis Penelitian.....	55
BAB III.....	59
METODE PENELITIAN.....	59
A. Tempat dan Waktu Penelitian	59

B. Jadwal Penelitian.....	59
C. Desain Penelitian.....	60
D. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	61
E. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	63
F. Teknik Pengumpulan Data.....	65
G. Instrumen Penelitian.....	67
H. Teknik Analisis Data.....	68
BAB IV	74
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	74
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	74
B. Deskripsi Data.....	75
C. Hasil Pengujian Data.....	89
D. Pembahasan Hipotesis.....	98
BAB V.....	111
PENUTUP.....	111
A. Kesimpulan	111
B. Implikasi dan Saran.....	111
DAFTAR PUSTAKA	114
LAMPIRAN.....	121
VALIDASI SUMBER PUSTAKA PENULISAN SKRIPSI	133
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	147

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Outlet Es Teh Indonesia di Indonesia.....	5
Tabel 1.2 Data Penjualan Es Teh Indonesia di Kota Madiun	8
Tabel 2.1 Mapping Penelitian Terdahulu.....	47
Tabel 3.1 Jadwal Kegiatan Penelitian	59
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	65
Tabel 3.3 Skala Likert	68
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	76
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan.....	77
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Usia	78
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	79
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	80
Tabel 4.6 Jawaban Responden Tentang Sosial Media (X1)	81
Tabel 4.7 Jawaban Responden Tentang Citra Merek (X2).....	83
Tabel 4.8 Jawaban Responden Tentang Kualitas Produk (X3).....	85
Tabel 4.9 Jawaban Responden Keputusan Pembelian (Y).....	87
Tabel 4.10 Uji Convergent Validity (Outer Loading).....	90
Tabel 4.11 Nilai Average Variance Extracted (AVE)	91
Tabel 4.12 Uji Discriminant Validity.....	92
Tabel 4.13 Nilai Cronbach's Alpha	93
Tabel 4.14 Uji R-Square	94
Tabel 4.15 Uji Q-Square	95
Tabel 4.16 Uji T-Statistik.....	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tren Data Pertumbuhan Industri Makanan & Minuman	2
Gambar 1.2 Lima Brand Minuman Teh Kekinian Indonesia yang paling banyak dikonsumsi di Indonesia.....	3
Gambar 1.3 Komplain konsumen di akun sosial media twitter	7
Gambar 1.4 Surat somasi dari pihak Es Teh Indonesia	8
Gambar 1.5 Diagram Pie Chart Hasil Kuisisioner Pra Penelitian Keputusan Pembelian Konsumen pada Merek Minuman di Kota Madiun Tahun 2024	10
Gambar 1.6 Akun instagram dan konten Es Teh Indonesia.....	13
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	54
Gambar 3.1 Desain Penelitian.....	61
Gambar 4.1 Uji Outer Model	89

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisiner Penelitian	121
Lampiran 2 Data Tobulasi.....	125
Lampiran 3 Hasil Olah Data SmartPLS	130