

**PENGARUH HARGA, ATRIBUT PRODUK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINERAL MEREK AQUA DENGAN PERIKLANAN SEBAGAI VARIABEL *MODERATING***  
**(Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)**



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh:

**DEWI OKTA KUMALA**  
**B100170063**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2021**

## HALAMAN PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

**PENGARUH HARGA, ATRIBUT PRODUK DAN BRAND IMAGE  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINERAL MEREK AQUA  
DENGAN PERIKLANAN SEBAGAI VARIABEL MODERATING (STUDI  
PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA)**

Yang ditulis dan disusun oleh:

**DEWI OKTA KUMALA  
B100170063**

Penandatangan berpendapat bahwa skripsi telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 28 Juni 2021

Pembimbing



(Dr. Drs. Syamsudin, M.M.)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Drs. Syamsudin, M.M.)  
NIP 19570217 1986 031 001



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta – 57102

### PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : DEWI OKTA KUMALA

NIM : B 100 170 063

Jurusan : MANAJEMEN

Judul Skripsi : **PENGARUH HARGA, ATRIBUT PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINERAL MEREK AQUA DENGAN PERIKLANAN SEBAGAI VARIABEL MODERATING (Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 28 Juni 2021

Yang membuat pernyataan,

DEWI OKTA KUMALA

## **MOTTO**

“ Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(Q.S Al Insyirah, Ayat 6)

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi pula kamu menyukai sesuatu padahal ia amat buruk bagimu, Allah maha mengetahuai sedang kamu tidak mengetahui”

(Q.S Al Baqarah, Ayat 216)

“Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan sekecil apapun, niscaya dia akan melihat balasannya”

(Q.S Al Zalzalah, Ayat 7)

“Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan kepadamu kebahagiaan negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bagianmu dari kenikmatan dunia”

(Q.S Al Qasas, Ayat 77)

*“Because of the thorns, a beautiful rose can bloom”*

(Monsta X)

## **PERSEMBAHAN**

Dengan rasa syukur atas nikmat dan karunia Allah SWT karena dikelilingi oleh orang-orang yang luar biasa, maka saya persembahkan karya sederhana ini dengan rasa cinta dan kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan ridho dan rahmatNya sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
2. Rasulullah Muhammad SAW yang menjadi teladan yang baik bagi penulis semoga sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada belua.
3. Kedua orang tua Bapak Moh Sukiman dan Ibu Lestari serta keluarga penulis yang selalu mendoakan, memberi kasih sayang, nasihat, motivasi sehingga penulis bisa sampai di titik ini untuk menyelesaikan studi dengan sebaik-baiknya.
4. Bapak Dr. Syamsudin, S.E, M.M selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan, bimbingan, serta saran yang berguna dalam proses penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak Dr. M. Nasir, S.E, M.M dan Bapak Ma'ruf, S.E, M.M selaku dewan penguji yang telah meluangkan waktu untuk menguji siding dan memberikan masukan bagi penulis.
6. Segenap dosen fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan bekal dan ilmu pengetahuan yang bermanfaat.
7. Anggota Lembaga Pers Mahasiswa Balans FEB UMS sebagai keluarga dan sahabat yang mendukung, menghabiskan waktu kegiatan bersama, serta memberikan pengalaman sehingga membuat penulis dapat berkembang sejauh ini.
8. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namun memiliki arti besar dalam penyelesaian karya ini. Bukan bermaksud mengabaikan dikarenakan keterbatasan ruang dan kekhilafan penulis semata.

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, atribut produk, dan *brand image* terhadap keputusan pembelian air mineral merek Aqua dengan media periklanan sebagai variabel *moderating*. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dengan populasi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta dan diambil sampel secara acak berjumlah 100 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data melalui pendistribusian kuesioner. Berdasarkan olah data dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (2) atribut produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan (3) *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (4) periklanan memoderasi (memperkuat) hubungan antara harga dengan keputusan pembelian (5) periklanan memoderasi (memperkuat) hubungan antara atribut produk dengan keputusan pembelian (6) periklanan memoderasi (memperkuat) *brand image* dengan keputusan pembelian.

**Kata kunci :** Harga, Atribut Produk, *Brand Image*, Periklanan, Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the effect of price, product attributes, and brand image on purchasing decisions of Aqua brand mineral water with advertising promotion media as a moderating variable. This type of research is a quantitative research, with a student population of Muhammadiyah University of Surakarta and a random sample of 100 students is taken. The sampling technique used was purposive sampling technique. Data collection techniques through the distribution of questionnaires. Based on data processing using the SPSS 25 application. The results of this study indicate that (1) price has no significant effect on purchasing decisions (2) product attributes have a positive and significant effect on decisions (3) brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions (4) advertising moderates (strengthens) the relationship between price with purchasing decisions (5) advertising moderates (strengthens) the relationship between product attributes and purchasing decisions (6) advertising moderates (strengthens) brand image with purchasing decisions.*

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

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrohmaanirohiuum*

*Assalaamu'alaikum Wr.Wb*

*Alhamdulillah*, segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**PENGARUH HARGA, ATRIBUT PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINERAL MEREK AQUA DENGAN PERIKLANAN SEBAGAI VARIABEL MODERATING (Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)**”. Tidak lupa shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita Rasulullah Muhammad SWT yang telah mengantarkan kita ke jalan yang terang benderang dan menjadi umat pilihan untuk menuju Ridho-Nya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bimbingan, arahan dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih banyak kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Sofyan Anif, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Syamsudin, S.E, M.M selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta
3. Bapak Imronudin, S.E, M.Si, Ph.D selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Dr. Syamsudin, S.E, M.M selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta saran yang berguna dalam proses penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak Dr. M. Nasir, S.E, M.M dan Bapak Ma'ruf, S.E, M.M selaku dewan penguji yang telah meluangkan waktu untuk menguji siding dan memberikan masukan bagi penulis.

6. Segenap dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhamadiyah Surakarta yang telah memberikan bekal dan ilmu pengetahuan yang bermanfaat.
7. Orang tua dan keluarga penulis yang selalu mendoakan, memberi kasih sayang, nasihat, motivasi sehingga penulis bisa sampai di titik ini untuk menyelesaikan studi dengan sebaik-baiknya.
8. Anggota Lembaga Pers Mahasiswa Balans FEB UMS sebagai keluarga dan sahabat yang mendukung, menghabiskan waktu kegiatan bersama, serta memberikan pengalaman sehingga membuat penulis dapat berkembang sejauh ini.
9. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namun memiliki arti besar dalam penyelesaian karya ini. Bukan bermaksud mengabaikan dikarenakan keterbatasan ruang dan kekhilafan penulis semata.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan baik dari penulisan maupun penyajian. Saran dan kritik yang membangun sangatlah berguna bagi penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan penulis dimasa depan, amiiin.

*Wassalamualaikum Wr. Wb*

Surakarta, 28 Juni 2021

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO .....	iv
PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAK .....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Sistematika Penulisan Skripsi .....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Landasan Teori.....	9
1. Keputusan Pembelian.....	9
2. Harga .....	10
3. Atribut Produk.....	11

4. Brand Image .....	13
5. Periklanan.....	14
B. Penelitian Terdahulu .....	15
C. Pengembangan Hipotesis .....	17
D. Kerangka Pemikiran.....	20
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>22</b>
A. Jenis Penelitian.....	22
B. Definisi Operasional dan Pengukuran Data .....	22
C. Data dan Sumber Data.....	29
D. Metode Pengumpulan Data .....	29
E. Teknik Pengambilan Data .....	30
F. Metode Analisis Data .....	32
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>39</b>
A. Deskripsi Responden.....	39
B. Uji Instrumen.....	40
C. Uji Asumsi Klasik .....	45
D. Uji Hipotesis.....	48
E. Pembahasan.....	56
<b>BAB V PENUTUPAN.....</b>	<b>63</b>
A. Kesimpulan.....	63
B. Keterbatasan Penelitian .....	64
C. Saran.....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>66</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>69</b>

## **DAFTAR TABEL**

	Halaman
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	39
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia .....	40
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pembelian.....	40
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Harga .....	41
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Atribut Produk.....	42
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i> .....	42
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian .....	43
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Periklanan.....	43
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	45
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas .....	46
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	47
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	48
Tabel 4.13 Analisis Regresi Linear Berganda.....	49
Tabel 4.14 Uji Moderasi 1 .....	50
Tabel 4.15 Uji Moderasi 2 .....	51
Tabel 4.16 Uji Moderasi 3 .....	52
Tabel 4.17 Uji t .....	53
Tabel 4.18 Uji F .....	55
Tabel 4.19 Hasil Koefisien Determinasi .....	56

## **DAFTAR GAMBAR**

Halaman

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran..... 21

## **DAFTAR LAMPIRAN**

	Halaman
Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian .....	69
Lampiran 2 : Data Responden.....	74
Lampiran 3 : Data Diskripsi Responden .....	86
Lampiran 4 : Uji Validitas.....	87
Lampiran 5 : Uji Reliabilitas.....	92
Lampiran 6 : Uji Normalitas .....	93
Lampiran 7 : Uji Multikolinearitas .....	94
Lampiran 8 : Uji Heteroskedastisitas .....	94
Lampiran 9 : Analisis Regresi Linear Berganda.....	94
Lampiran 10 : Uji Moderasi.....	95
Lampiran 11 : Uji t .....	96
Lampiran 12 : Uji F .....	97
Lampiran 13 : Koefisien Determinasi .....	98