

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH SARIWANGI  
DI KELURAHAN KEDATON KAYU AGUNG**

**SKRIPSI**



Nama : Diana Selvia

Nim : 212017156

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**2021**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH SARIWANGI  
DI KELURAHAN KEDATON KAYU AGUNG**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Nama : Diana Selvia

Nim : 212017156

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**2021**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Diana Selvia

NIM : 212017156

Konsentrasi : Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Teh Sariwangi di Kelurahan Kedaton Kayu Agung.

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana strata 1 baik di universitas muhamadyah palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang,

2021



Diana Selvia

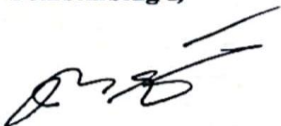
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Palembang

**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek  
terhadap Keputusan Pembelian Teh Sariwangi di  
Kelurahan Kcdaton Kayu Agung  
Nama : Diana Selvia  
NIM : 212017156  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan disahkan  
Pada Tanggal, September 2021

**Pembimbing I,**



**Mardiana Puspasari, S.E., M.Si**  
NIDN : 0226107001

**Pembimbing II,**



**Nadia Afriliana, S.E., M.Si**  
NIDN : 0219048501

Mengetahui,

Dekan

Ketua Program Studi Manajemen



**Drs. Zaleha Tri Handayani, S.E., M.Si**  
NIDN/NBM: 0229057501

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

- ✚ “Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh – sungguh (urusan) yang lain, dan hanya Tuhanmulah hendaknya kamu berharap”(Qs.Al - Insyirah:7-8)
- ✚ “Bersahabatlah dengan ketidak pastian” (Diana Selvia)

Kupersembahkan ini kepada :

- ✚ Kedua Orang Tuaku yang sangat aku sayang dan dicintai Bapak (alm) Syarifuddin dan Mama Nurul Hayati, S.Pd yang tak lelah selalu memberikan semangat serta doa untuk segala urusanku.
- ✚ Kakandaku dan Ayundaku Yacub Rudiarsyah, Aisyah, Zaleha Trisia, Husin Alatas, Wardani, Reviani yang telah memberikan semangat baik moril maupun materil
- ✚ Keponakan ku tersayang Jamalludin, Tasya, Abi, Eef, Uul, Ayu yang selalu menghibur dikala rasa lelah datang.
- ✚ Yang terkasih Aldo Risky Pranata dalam penulisan skripsi ini dan selalu memberikan semangat serta dukungan kepada penulis.
- ✚ Ibu Mardiana Puspasari, S.E.,M.Si, dan Ibu Nadia Afriliana, S.E.,M.Si yang tak pernah bosan-bosan membimbingku. Terima kasih atas bimbingannya.
- ✚ Almamaterku Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## PRAKATA

### **Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wa Barokatuh.**

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan berkah, rahmat, hidayat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul” **Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Teh Sariwangi di Kelurahan Kedaton Kayu Agung**” sebagai salah satu persyaratan menempuh ujian guna mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang.

Dengan penuh rasa hormat, cinta, dan kasih sayang dan kerendahan hati, skripsi ini penulis persembahkan terkhusus kepada kedua orang tua, bapakku (Alm. Syarifuddin) Mamaku (Nurul Hayati, S.Pd) dan saudara- saudaraku tercinta yang ikut membantu dalam penyusunan skripsi serta yang memiliki peran penting dalam perjalanan hidup penulis dan selalu ada dalam membiayai, mendidik, mendoakan, memberikan dorongan motivasi, serta selalu ada di setiap masalah yang dihadapi penulis. Terimakasih kepada Allah SWT yang telah memberikan kedua orang tua yang yang paling baik didunia serta keluarga besar yang selalu mendukung.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kesalahan, hal ini mengingat keterbatasan yang dimiliki penulis, baik dari segi ilmu ataupun pengalaman. Selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dorongan serta motivasi dari berbagai pihak, maka dapat kesempatan

penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada

1. Bapak Dr. Abid Djazuli, S.E.,M.M selaku Rektor Universitas MuhammadiyahPalembang.
2. Bapak Yudha Mahrom Darma Saputra,S.E.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Dr. Zaleha Tri Handayani, S.E.,M.Si dan Mister Candra, S.pd., M.Si selaku Ketua dan Wakil Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. IbuMardianaPuspasari,S.E.,M.Si.SelakuDosenPembimbing dan Ibu Nadia Afriliana,S.E.,M.Siyangtelah banyak meluangkan waktunya untuk membantu penulis menyelesaikan Skripsiini.
5. Bapak dan Ibu dosen pengajar serta seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas MuhammadiyahPalembang.
6. Keluarga tercinta, terutama kedua orang tua dan saudara- saudaraku yang selalu mendoakan dan terimakasih atas segala yang telah diberikan kepada saya dan tak lupa juga untuk keluarga besarku yang telah memberikan semangat dan doa untuk kelancaranskripsiku.
7. Keponakanku yang selalu menghiburku di kala penat dalam menulis skripsi ini Jamalludin, Tasya, A'a Abi, Eef, Uul, dan Ayu.
8. Terima kasih untuk seseorang yang selalu senantiasa menemaniku hingga saat ini dan sampai seterusnya Aldo Risky Pranata.

9. Terima kasih teman terbaikku (Chettah Anggraeni, Deva Sepriyani, Nabillah Alviowidia, Dini Permata P, Cindy MR, Sambe O.I, Devista BS, dan Yuni Anggraini) terima kasih telah membantu dan selalu ada dalam penyusunan skripsi ini
10. Teman-teman sealmamater khususnya prodi Manajemen angkatan 2017 yang telah saling membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Dan semua pihak yang selalubertanya “kapansidang”, “kapannyusul”. Dan lain sejenisnya kalian adalah alasan ku segera menyelesaikan skripsi ini

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang membutuhkan dan semoga Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.

*Billahi Fii Sabilil Haq, FastabikulKhairot*

**Wassalamu’alaikum Warohmatullahi Wa Barokatuh.**



## DAFTAR ISI

<b>HALAMANSAMPUL DEPAN .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMANJUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAANBEBASPLAGIAT .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMANPENGESAHANSKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTODANPERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMANPRAKATA .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTARISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTARTABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTARGAMBAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTARLAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRACK.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. LatarBelakang .....	1
B. RumusanMasalah .....	8
C. TujuanPenelitian.....	9
D. ManfaatPenelitian.....	9
<b>BAB II KEPUSTAKAAN, KERANGKA</b>	
<b>PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
A. KajianPustaka .....	11
B. PenelitianSebelumnya .....	38
C. Kerangka Pemikiran .....	40
D. Hipotesis .....	40
<b>BAB III PEMBAHASAN METODE PENELITIAN</b>	
A. JenisPenelitian .....	42
B. LokasiPenelitian .....	43
C. OperasionalisasiVariabel.....	44
D. Populasidan Sampel.....	45

E. Data yang diperlukan.....	46
F. Metode Pengumpulan Data .....	47
G. Analisis Data dan Teknik Analisis .....	48
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN</b>	
A. Hasil Penelitian .....	57
B. Pembahasan dan Hasil.....	81
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Simpulan.....	85
B. Saran.....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>86</b>
<b>Lampiran.....</b>	<b>87</b>

## DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1	: Daftar Produk Teh Sariwangi.....	5
Tabel 1.2	: Daftar Varian Produk Teh Merek lain .....	5
Tabel 1.3	: HasilPraRiset.....	6
Tabel 3.1	:OperasionalisasiVariabel.....	44
Tabel 4.1	: Hasil PengujianValiditas .....	63
Tabel 4.2	: HasilPengujianRealiabilitas .....	64
Tabel 4.3	: Karakteristik Responden Jenis Kelamin.....	65
Tabel 4.4	: Karakteristik RespondenBerdasarkanUsia .....	66
Tabel 4.5	: Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	67
Tabel 4.6	: Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	68
Tabel 4.7	:Karakteristik Responden Lama Menggunakan .....	68
Tabel 4.8	:Distribusi Jawaban Variabel Keputusan Pembelian .....	69
Tabel 4.9	: Distribusi Jawaban Variabel Kualitas Produk .....	71
Tabel 4.10	: Distribusi Jawaban Variabel Harga .....	72
Tabel 4.11	: Distribusi Jawaban Variabel Citra Merek.....	74
Tabel 4.12	: Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	76
Tabel 4.13	: Hasil UjiF.....	78
Tabel 4.14	: Hasil Uji T.....	79
Tabel 4.15	: Hasil Uji Determinasi.....	81

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.....	34
Gambar 2.2 : Kerangka Pemikiran.....	40

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Hasil Uji Validitas
- Lampiran 3 : Hasil Uji Reabilitas
- Lampiran 4 : Prekuensi Jawaban Responden
- Lampiran 5 : Tabel Uji Hipotesis
- Lampiran 6 : Tabel F
- Lampiran 7 : Tabel T
- Lampiran 8 : Tabel R
- Lampiran 9 : Jadwal Penelitian
- Lampiran 10 : Surat Keterangan Selesai Penelitian
- Lampiran 11 : Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi
- Lampiran 12 : Blanko Cek Plagiat
- Lampiran 13 : Sertifikat AIK
- Lampiran 14 : Sertifikat SPSS
- Lampiran 15 : Sertifikat Komputer
- Lampiran 16 : Biodata Penulis

## Abstrak

### **Diana Selvia/212017156/2021/ Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Teh Sariwangi Di Kelurahan Kedaton Kayu Agung.**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah 1. Adakah pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap keputusan pembelian Teh Sariwangi Di Kelurahan Kedaton Kayu. 2. Adakah pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Teh Sariwangi di Kelurahan Kedaton Kayu Agung. 3. Adakah pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Teh Sariwangi di Kelurahan Kedaton Kayu Agung. 4. Adakah pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Teh Sariwangi di Kelurahan Kedaton Kayu Agung. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian *Asosiatif*. Variabel yang digunakan adalah Kualitas Produk, Harga, Citra Merek dan Keputusan Pembelian. Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat Kelurahan Kedaton Kayu Agung yang menggunakan Teh Sariwangi yang jumlahnya tidak diketahui dengan pasti. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden, dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah Regresi Linier Berganda, Uji F, Uji t, dan koefisien Determinasi. Hasil analisis menunjukkan 1. Ada pengaruh yang signifikan Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap keputusan pembelian Teh Sariwangi di Kelurahan Kedaton Kayu Agung. 2. Ada pengaruh yang signifikan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian Teh Sariwangi di Kelurahan Kedaton Kayu Agung. 3. Ada pengaruh yang signifikan Harga dan terhadap keputusan pembelian Teh Sariwangi di Kelurahan Kedaton Kayu Agung. 4. Ada pengaruh yang signifikan Citra Merek terhadap keputusan pembelian Teh Sariwangi di Kelurahan Kedaton Kayu Agung.

**Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, Keputusan Pembelian**

### Abstract

*Diana Selvia / 212017156 / 2021 / The Effects of Product Quality, Price, and Brand Image on Purchasing Decisions of Sariwangi Tea in Kedaton Kayu Agung.*

*The formulation of the problem in this study 1. was there any effect of Product Quality, Price, and Brand Image on purchasing decision of Sariwangi Tea in Kedaton Kayu Agung, 2. was there an effect of Product Quality on Purchasing Decision of Sariwangi Tea in Kedaton Kayu Agung, 3. was there an effect of price on Purchasing Decision of Sariwangi Tea in Kedaton Kayu Agung, 4. was there an effect of Brand Image on Purchasing Decision of Sariwangi Tea in Kedaton Kayu Agung. The type of research was associative research. The variables were Product Quality, Price, Brand Image and Purchase Decision. The population in this study was the people of Kedaton Kayu Agung who used Sariwangi Tea, the number of which was not known with certainty. The sample used 100 respondents with purposive sampling technique. The analysis technique used Multiple Linear Regression, F test, t test, and coefficient of determination. The results of the analysis showed that 1. there was a significant effect of Product Quality, Price, and Brand Image on purchasing decision of Sariwangi Tea in Kedaton Kayu Agung, 2. there was a significant effect of Product Quality on purchasing decision of Sariwangi Tea in Kedaton Kayu Agung, 3. there was significant effect on price and purchasing decisions of Sariwangi Tea in Kedaton Kayu Agung, 4. there was a significant effect of Brand Image on purchasing decision of Sariwangi Tea in Kedaton Kayu Agung.*

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



August 5, 2021



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Kata “manajemen” sering di artikan sebagai sebuah proses rangkaian kegiatan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan (*controlling*) yang dilakukan untuk mencapai tujuan atau target yang telah ditetapkan sebelumnya, di dalam suatu perusahaan manajemen mempunyai arti penting untuk mencapai tujuan perusahaan. Menurut Kotler dan Amstrong (dalam Priansa 2017:4) menjelaskan manajemen pemasaran ialah suatu upaya manusia untuk mencapai hasil pertukaran yang diinginkan dan membangun hubungan yang erat dengan konsumen dengan cara menguntungkan bagi perusahaan.

Teh merupakan salah satu jenis produk minuman yang populer di Indonesia. Teh adalah minuman yang paling banyak dikonsumsi masyarakat setelah air putih. Kebiasaan meminum teh meningkat 27 persen. Peningkatan konsumsi teh tersebut, salah satunya disebabkan oleh adanya kesadaran masyarakat terhadap manfaat untuk kesehatan tubuh.

Adapun dari tahun ke tahun banyak bermunculan merek-merek baru di dunia persaingan Teh Celup yang saling berlomba untuk menciptakan produk unggulan mereka. Produsen dituntut untuk tidak hanya sekedar menciptakan produk tetapi juga



harus memahami keinginan dan kebutuhan konsumen. Hal tersebut dibutuhkan produsen untuk mampu bersaing dengan produsen lain. Dengan memahami perilaku konsumen maka produsen dapat menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yaitu kualitas produk, harga, dan citra merek.

Menurut Buchari Alma (2013:96), Keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, physical evidence, people dan, process. Sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respons yang muncul produk apa yang akan dibeli. Salah satu yang mempengaruhi keputusan pembelian diantaranya adalah Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek.

Menurut Assauri dalam kutipan Sri Depi Oktaveni (2014: 21) Kualitas produk adalah pernyataan tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi yang diharapkan.

Menurut Alma (2011:169), harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa sehingga menimbulkan kepuasan konsumen.

Menurut Sangadji dan Sopiah (2013:327) yaitu “Citra merek (brand image) sebagai jenis asosiasi yang muncul di benak konsumen ketika mengingat sebuah merek tertentu.

Banyak orang berpendapat bahwa meminum teh adalah sebuah tradisi dari masyarakat Jepang yang merupakan tradisi untuk menerima tamu yang datang ke rumah mereka. Di Negara Indonesia kebiasaan meminum teh pun merupakan hal yang biasa untuk semua golongan, tanpa ada batasan kelas sosial, ataupun milik budaya tertentu. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya produk – produk teh yang dihasilkan salah satunya yang dikembangkan oleh perusahaan Uniliver yaitu Teh Sariwangi.

Teh Sariwangi dikenal sebagai salah satu pelopor teh celup di Indonesia. Hadir pada 1973 dengan format teh celup, SariWangi mendapat tempat di hati masyarakat Indonesia karena menawarkan kepraktisannya dalam pembuatan teh dibanding teh bubuk. Di Indonesia, kepopuleran teh celup tidak dapat dilepaskan dari merek teh celup SariWangi. SariWangi merupakan merek lokal asli Indonesia yang diperkenalkan pada 1973 dalam format teh celup, suatu cara modern baru untuk minum teh selain teh bubuk. Perusahaannya didirikan oleh Johan Alexander Supit pada 1962. Selain manfaat kesehatan, teh celup juga bisa mempererat hubungan keluarga. Berkat teh celup SariWangi, kini teh kembali naik kelas sebagai minuman pilihan rakyat Indonesia. Meminum teh kini telah menjadi bagian dari gaya hidup. Teh celup ini digemari bukan hanya karena rasanya, tetapi juga karena manfaatnya.

Manfaat teh SariWangi dalam kesehatan telah dirasakan sejak lama. Meminum teh secara rutin dapat membantu meningkatkan fungsi pembuluh darah, memerangi kepenatan, mengurangi kadar kolesterol dan meningkatkan kebugaran tubuh. Selain manfaat teh celup untuk kesehatan, teh ini juga dapat dirasakan manfaatnya dalam mempererat hubungan keluarga. Kumpul-kumpul keluarga tidak lengkap rasanya tanpa kehadiran teh celup SariWangi.

Teh ini cocok untuk diminum di segala suasana, baik santai maupun serius. Rasanya yang enak dan aromanya yang khas akan disukai oleh setiap anggota keluarga. Membicarakan masalah serius dengan pasangan pun akan lebih efektif dengan ditemani oleh secangkir teh celup SariWangi. Sampai saat ini, teh Sariwangi telah menciptakan inovasi teh celup berkualitas tinggi dengan rasa dan aroma yang sangat khas. Konsistensi komposisi bahan dan peningkatan mutu pengolahan teh yang diterapkan menjadi alasan mengapa teh Sariwangi disukai oleh banyak orang. Ada juga beberapa produk inovasi yang berhasil diciptakan, antara lain Sariwangi Teh Hijau, Sarimurni Kantong Bundar, Sari Melati, Sariwangi Teh Mawar, Sariwangi Milk Tea, Sariwangi Teh Hitam Kunyit & Jahe. Berikut adalah daftar produk teh sariwangi dan pesaing beserta harganya :

Tabel 1.1

## Daftar Produk Teh Sari Wangi

<b>Nama Produk</b>	<b>Harga</b>
SariWangi sachet isi 4 teh celup	Rp1.300
SariWangi Teh Melati sachet isi 4 teh bundar	Rp1.500
SariWangi Teh Melati pouch 30g (teh aur/ teh tubruk)	Rp4.200
SariWangi box isi 25 teh celup	Rp5.000
SariWangi box isi 25 teh celup Mawar	Rp6.500
SariWangi box isi 30 teh celup asli	Rp6.800
Sari Murni pouch isi 20 teh bundar	Rp10.000
SariWangi box isi 50 teh celup	Rp10.400
SariWangi hijau box isi 25 teh celup	Rp11.100
SariWangi box isi 100 teh celup	Rp19.000
SariWangi Green Tea box isi 25 teh celup	Rp21.000
SariWangi Teh celup Sari Murni box isi 100 teh celup	Rp22.500
SariWangi Teh Melati box isi 100 teh celup	Rp27.000

Sumber : <http://daftar.harga.tehsariwangi.info.com>

Tabel 1.2

## Tabel Harga Produk Pesaing

<b>PRODUK</b>	<b>HARGA</b>
SOSRO ISI 4	Rp. 1.200
SOSRO ISI 30	Rp. 5.400
SOSRO ISI 50	Rp. 10.300
SOSRO GREEN TEA	Rp. 12.500
SOSRO JASMINE	Rp. 9.400
TEH POCI ISI 25	Rp. 4.800
TONGJI JASMINE ISI 25	Rp. 8.100
TONGJI ORIGINAL ISI 25	Rp. 5.150

Sumber : Toko Hypermarket Palembang, 2018

Konsumen juga tidak mengabaikan kualitas Produk Meskipun Harga suatu produk tersebut murah. Kualitas produk merupakan prioritas konsumen sebelum

melakukan pembelian. Di sisi lain, harga produk yang terjangkau juga dapat menciptakan pembelian konsumen karena konsumen cenderung mengutamakan produk yang harganya benar-benar terjangkau. Citra merek yang baik akan menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk. Citra merek yang tinggi akan menciptakan kesan positif di benak konsumen terhadap suatu produk. Meskipun banyak produk – produk teh terbaru di Indonesia dan teh sariwangi mengeluarkan produk terbaru hal itu belum bisa menjamin membuat produk yang mereka tawarkan akan naik. Beberapa faktor yang menyebabkan sariwangi masih kurang diminati dari 30 responden antara lain:

**Tabel 1.3**

**Hasil Pra Riset yang Menyebabkan Teh Sariwangi masih kurang diminati di Kelurahan Kedaton Kayu Agung**

Pernyataan	Keputusan Pembelian	
	Ya	Tidak
<b>Pilihan Produk</b>	13	17
<b>Pilihan Merek</b>	12	18
<b>Estetika</b>	16	14
<b>Kesan Kualitas</b>	11	19
<b>Kesesuaian Harga dengan Produk</b>	11	19
<b>Keunikan Merek</b>	12	18

Hasil pra riset peneliti

1. Pilihan Produk

Kekurangan yang dimiliki oleh teh sariwangi yaitu pilihan produk karena pilihan dari produk sariwangi masih kurang berinovasi karena teh sariwangi masih menyajikan teh yang harus diseduh terlebih dahulu, dibandingkan dengan teh lain yang sudah bisa dinikmati secara langsung.

## 2. Pilihan Merek

Pada teh sariwangi merek nya sudah banyak dijumpai seperti iklan di televisi tetapi masyarakat masih ada yang belum mengenali atau mengetahui merek teh sariwangi.

## 3. Estetika

Berhubungan dengan rasa, bau, dan bentuk, teh sarwangi memiliki permasalahan yang didapat yaitu pada rasa , pada teh sariwangi sendiri masih dirasakan rasa pahit pada teh tersebut setelah diseduh.

## 4. Kesan kualitas

Pada teh sariwangi kesan kualitas kurang di dapat atau masih menjadi masalah karena, teh sariwangi masih memiliki kekurangan pada harga yang tidak sebanding dengan kesan kualitas.

## 5. Kesesuaian Harga dengan Produk

Harga sering dijadikan indikator kualitas bagi konsumen. Konsumen sering memilih harga yang lebih tinggi di antara dua barang karena melihat adanya perbedaan. Pada teh sariwangi kesesuaian harga dengan produk masih menjadi masalah karena harga yang di tawarkan masih kurang bersaing dengan produk yang ditawarkan

karena teh sariwangi memiliki kelemahan yaitu belum mempunyai varian atau inovasi terbaru di bandingkan dengan teh merek lain yang sudah berinovasi mengikuti zaman.

#### 6. Keunikan merek

Keunikan yang dimiliki oleh produk tersebut yang membuat perbedaan. Yang menjadi masalah adalah para konsumen masih ada yang belum mengenal merek teh sariwangi. Jadipihak perusahaan harus melakukan inovasi yang unik dan menarik terhadap merek agar merek mudah di ingat dan mudah disebut.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **Pengaruh Kualitas Produk Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Teh Sariwangi di Kelurahan Kedaton Kayu Agung.**

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah didalam penelitian ini yaitu “

1. Adakah pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Teh Sariwangi di kelurahan kedaton Kayu Agung ?
2. Adakah pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Teh Sariwangi di Kelurahan Kedaton Kayu Agung ?

3. Adakah pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Teh Sariwangi di Kelurahan Kedaton Kayu Agung ?
4. Adakah pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Teh Sariwangi di Kelurahan Kedaton Kayu Agung ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dalam penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Teh Sariwangi di Kelurahan Kedaton Kayu Agung.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Teh Sariwangi di Kelurahan Kedaton Kayu Agung.
3. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Teh Sariwangi di Kelurahan Kedaton Kayu Agung.
4. Untuk mengetahui pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Teh Sariwangi di Kelurahan Kedaton Kayu Agung.

### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini :

1. Bagi Penulis  
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran praktek dari teori yang selama ini diperoleh selama perkuliahan, khususnya dalam konsentrasi manajemen pemasaran.
2. Bagi Konsumen



Penelitian ini diharapkan dapat memberikan alternatif bagi pelanggan dalam memilih produk dan mendapatkan produk Teh Celup Sariwangi untuk menentukan keputusan pembelian.

### 3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan dalam mengambil alternatif keputusan dalam upaya melakukan perbaikan secara terus menerus untuk memuaskan konsumen, terutama untuk hal-hal yang di anggap penting bagi konsumen

## Daftar Pustaka

- Abdullah Thamrin dan Francis Tantri. 2012. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Pers
- A.M, Morissan 2010. Periklanan komunikasi pemasarn terpadu, Jakarta: penerbit kencana
- Amstrong, Kotler 2015.”*marketing an Introducing prentice hall twelfth edition*”, England: pearson Education,Inc
- Buchari Alma, 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Baruna Hadi Brata (2017), Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian produk Nitchi di PT. Jaya Swarasa Agung
- Diah Isnaini Asiati,. 2019.Metode penelitian Bisnis,jilid 1. Palembang ; NoerFikri Offset.
- Davin Josua (2016), Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Terang Bulan Martabak 93
- Fandy Tjiptono.2015.*Strategi pemasaran*. Edisi 4.Yogyakarta: Andi
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012).*Manajemen Pemasaran* Edisi 13. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Bahasa Indonesia.Jilid 1 dan 2.Jakarta : Erlangga
- . Michael Prayoga dan Liliani (2016), Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Faktor sosial terhadap keputusan pembelian
- Kotler, Philip. & Keller, K. L 2018. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Bahasa Indonesia. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Univ.UMP,2020, *pedoman penulisan usulan penelitian dan skripsi*,Univ.Muhammadiyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Palembang

