

**PENGARUH PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN MINUMAN FRESTEA DI KELURAHAN TALANGBUBUK  
KECAMATAN PLAJU KOTA PALEMBANG**

**SKRIPSI**



**NAMA :BINAR SAPUTRA**

**NIM :212020138**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**2024**

**PENGARUH PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN MINUMAN FRESTEA DI KELURAHAN TALANG BUBUK  
KECAMATAN PLAJU KOTA PALEMBANG**

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



**Nama : BINAR SAPUTRA**

**Nim : 212020138**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**2024**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Binar Saputra  
NIM : 212020138  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul Skripsi : Pengaruh Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea Di Kelurahan Talang Bubuk Kecamatan Pajau Kota Palembang

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah 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 dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, Mei 2024

  
B. BINAR SAPUTRA

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Palembang

**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

Judul : Pengaruh Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea Di Kelurahan Talangbubuk kecamatan Plaju Kota Palembang  
Nama : Binar Saputra  
NIM : 212020138  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan  
Pada Tanggal Mei 2024

Pembimbing I,



Dr. Diah Isnaini Astati, S.E., M.M  
NIDN: 0207046301

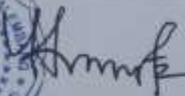
Pembimbing II,



Amidi, S.E., M.SI  
NIDN: 0229056502

Mengetahui,  
Dekan

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Zaldha Trihandayani, S.E., M.SI  
NIDN: 0229057501

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### Motto

“Prosesnya mungkin ga mudah tapi endingnya bikin ga berhenti bilang alhamdulillah”

(BINAR SAPUTRA)

“Tidak ada mimpi yang gagal, yang ada hanyalah mimpi yang tertunda, cuman sekiranya kalau teman-teman merasa gagal dalam mencapai mimpi, jangan khawatir mimpi – mimpi lain bisa di ciptakan”

(WINDAH BASUDARA)

“Saat kamu terbangun dari tidurmu, kamu mempunyai dua pilihan lanjutkan mimpimu atau bangun kejar mimpimu”

(CRISTIANO RONALDO)

### Persembahan

Kupersembahkan Skripsi ini Kepada :

- ❖ Panutanku ayahanda Karmani. Beliau emang tidak sempat maerasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik penulis, memotivasi, memberikan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
- ❖ Pintu surgaku, ibunda Masdalena. Beliau sangat berperan penting dalam menyelesaikan program study penulis, beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai di bangku perkuliahan, namun semangat, motivasi serta yang sujudnya selalu menjadi doa untuk kesuksesan anak-anaknya.
- ❖ Kepada adikku Bayu Saputra dan Beni Sanjaya terimakasih telah memberikan semangat, dukungan, motivasi, serta terimakasih telah setia meluangkan waktunya untuk menjadi tempat dan pendengar terbaik penulis sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
- ❖ Pembimbing skripsi Ibu Dr. Diah Isnaini Asiati, S.E., M.M dan bapak Amidi, S.E.,M.SI
- ❖ Sahabat – sahabat saya yang saya banggakan Bayu Pratama, Safrian, Juledi ,Jajak, Kevin, Edo.
- ❖ Almamater yang kubanggakan

## PRAKARTA



*Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wa Barokatuh.*

Alhamdulillah rabbil'alamin, puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat, hidayat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul Pengaruh Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea Di Kelurahan Talangbubuk kecamatan plaju Kota Palembang dengan baik dan tepat pada waktunya.

. Frestea termasuk merek salah satu minuman ringan yang dikenal masyarakat. Meskipun demikian posisinya dalam top brand index tidak menduduki peringkat teratas. Berdasarkan fenomena yang diperoleh peneliti tampaknya terdapat masalah dalam hubungannya dengan produk dan citra mereknya. Oleh karena itu penelitian ini mengkaji bagaimana pengaruh produk dan citra merek Frestea terhadap keputusan pembelian. Informasi terkait kedua unsur tersebut dapat digunakan Frestea untuk memperbaiki kinerja penjualannya.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis sangat menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan, hal ini mengingat keterbatasan yang dimiliki penulis, baik dari segi ilmu ataupun pengalaman. Selesainya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dorongan serta motivasi dari beberapa pihak, maka penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tuaku tercinta Ayah Karmani dan Ibu Masdalena

telah merawat, mendidik, mendo'akan dan memberikan dorongan semangat kepada penulis dengan penuh cinta dan kasih sayang. Selain itu ucapan terimakasih juga penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Abid Djazuli, S.E., M.M. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Dr. Yudha Mahrom, DS, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Dr. Zaleha Tri Handayani, S.E., M.Si. dan Bapak Mister Candra, S.Pd., M.Si. selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Dr. Hj. Kholillah, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik
5. Ibu Dr. Diah Isnaini Asiati S.E., M.M dan bapak Amidi, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing I dan pembimbing II yang telah banyak membantu dan membimbing dalam penyusunan skripsi saya yang telah membimbing saya dalam penyelesaian skripsi saya dengan penuh kesabaran menghadapi saya.
6. Bapak Amidi, S.E., M.Si dan Ibu Anggreany, S.E., MM selaku dosen penelaah I dan penelaah II yang telah banyak membantu saya dalam penyusunan usulan penelitian saya
7. Bapak dan Ibu dosen pengajar serta seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
8. Kepada responden yang telah membantu dalam penyusunan skripsi
9. Semua pihak yang telah ikut membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis.

10. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dr. Diah Isnaini Asiati S.E., M.M dan Bapak Amidi, S.E., M.Si yang dengan penuh kesabaran dan ketelitian telah membimbing dan memberikan masukan guna penyelesaian skripsi ini

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan mengingat keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan. Meskipun demikian penulis berharap penulisan skripsi ini ada manfaatnya.

Wassalamu'alaikum wr.wb

Palembang, Mei 2024

Binar Saputra  
212020138



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL DEPAN.....</b>	
<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>ii</b>
<b>TANDA PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>PRAKARTA .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
A. Kajian pustaka .....	9
B. Penelitian Sebelumnya.....	17
C. Kerangka pemikiran.....	20
D. Hipotesis .....	20
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>21</b>
A. Jenis Penelitian .....	21
B. Lokasi Penelitian .....	22
C. Operasionalisasi variabel .....	22
D. Populasi Dan Sampel.....	23
E. Data yang di perlukan .....	25
F. Metode pengumpulan data .....	26
G. Analisis Data Dan Teknik Analisis .....	27
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>36</b>
A. Hasil Penelitian.....	36

B. Pembahasan hasil penelitian .....	52
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>57</b>
A. Simpulan.....	57
B. Saran .....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>59</b>

## **DAFTAR TABEL**

tabel I.1 Top Brand Index Teh Dalam Kemasan Siap Minum .....	4
Tabel II.2 Alasan Responden Tidak Menyukai Frestea .....	5
Tabel III.3 Operasionalisasi Variabel .....	23
Tabel IV.1 Uji Validitas .....	43
Tabel IV.2 Uji Reliabilitas .....	44
Tabel IV.3 Distribusi Jawaban Responden Keputusan Pembelian .....	48
Tabel IV.4 Distribusi Jawaban Responden Produk .....	49
Tabel IV.5 Distribusi Jawaban Responden Citra Merek .....	51
Tabel IV.6 Coefficientsa Regresi Linier Berganda .....	52
Tabel IV.7 Hasil Uji Hipotesis (Simultan) F .....	53
Tabel IV.8 Hasil Uji T (Secara Parsial) .....	54
Tabel IV.9 Hasil Koefesien Determimasi .....	55

## **DAFTAR GAMBAR**

gambar II.1 Model Prilaku Konsumen.....	11
Gambar II.2 Kerangka Pemikiran .....	21
Gambar IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	45
Gambar IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Mengonsumsi Minuman Frestea .....	46
Gambar IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Produk Minuman Frestea.....	47

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Jadwal Penelitian
- Lampiran 2 : Kuesioner
- Lampiran 3 : Tabulasi
- Lampiran 4 : Frekuensi Jawaban Responden
- Lampiran 5 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 6 : Hasil Uji F, Uji t dan Uji R , Koefisien Determinasi
- Lampiran 7 : Tabel R
- Lampiran 8 : Tabel F
- Lampiran 9 : Tabel t
- Lampiran 10 : Surat Keterangan telah melakukan riset
- Lampiran 11 : Bukti Pelunasan BPP
- Lampiran 12 : Kartu Aktivitas Bimbingan
- Lampiran 13 : Sertifikat Komputer
- Lampiran 14 : Plagiat Checker
- Lampiran 15 : Sertifikat SPSS
- Lampiran 16 : Sertifikat AIK
- Lampiran 17 : Biodata Penulis

## ABSTRAK

### **Binar Saputra, Diah Isnaini Asiati, Amidi / Pengaruh Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea Di Kelurahan Talang Bubuk Kecamatan Plaju Kota Palembang**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian minuman Frestea di Kelurahan Talangbubuk Kecamatan Plaju Kota Palembang secara simultan dan parsial. Penelitian ini bersifat Asosiatif, variabel yang digunakan adalah Keputusan Pembelian, Produk dan Citra Merek. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden yang diambil menggunakan metode *Purposive Sampling*. Data utama yang digunakan adalah data primer dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis menggunakan Regresi Linier Berganda, uji Hipotesis F dan t serta Koefisien Determinasi. Hasil penelitian dari persamaan Regresi Linier Berganda menunjukkan bahwa Produk dan Citra Merek berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian minuman Frestea di Kelurahan Talangbubuk Kecamatan Plaju Kota Palembang. Hasil uji hipotesis secara simultan menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan Produk dan citra merek terhadap Keputusan Pembelian. Secara parsial menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan Produk terhadap Keputusan Pembelian. Ada pengaruh signifikan citra merek terhadap Keputusan Pembelian. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel Produk dan citra merek mampu berkontribusi terhadap naik turunnya Keputusan Pembelian sebesar 19,4%.

**Kata kunci : Produk, Citra Merek Dan Keputusan Pembelian**

## ABSTRACT

**Binar Saputra, Diah Isnaini Asiati, Amidi / *The Influence of Products and Brand Image on Frestea Drink Purchase Decisions in Talang Bubuk Village, Plaju District, Palembang City***

*This research aims to determine the influence of product and brand image on purchasing decisions for Frestea drinks in Talangbubuk Village, Plaju District, Palembang City simultaneously and partially. This research is associative in nature, the variables used are Purchase Decisions, Products and Brand Image. The sample used was 100 respondents taken using the Purposive Sampling method. The main data used is primary data using a questionnaire. The analysis technique uses Multiple Linear Regression, F and t Hypothesis testing and Determination Coefficient. The research results from the Multiple Linear Regression equation show that product and brand image have a positive influence on purchasing decisions for Frestea drinks in Talangbubuk Village, Plaju District, Palembang City. The results of simultaneous hypothesis testing show that there is a significant influence of product and brand image on purchasing decisions. Partially shows that there is a significant influence of the product on purchasing decisions. There is a significant influence of brand image on purchasing decisions. The results of the coefficient of determination show that the product and brand image variables are able to contribute to the rise and fall of purchasing decisions by 19.4%.*

***Keywords: Product, Brand Image and Purchasing Decisions***

## **BAB I PENDAHULUAN**

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

Pemasaran adalah salah satu kegiatan yang sangat penting dalam dunia usaha. Pada kondisi usaha seperti sekarang ini, pemasaran menjadi pendorong untuk meningkatkan penjualan sehingga tujuan dari perusahaan dapat tercapai. Memiliki pengetahuan mengenai pemasaran merupakan hal penting bagi sebuah perusahaan pada saat dihadapkan pada permasalahan, seperti menurunnya pendapatan perusahaan yang disebabkan oleh menurunnya daya beli konsumen terhadap suatu produk sehingga memberikan dampak melambatnya pertumbuhan pada perusahaan. Menurut Ngatno (2018:8) Pemasaran adalah suatu proses manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen sampai konsumen.

Salah satu topik dalam pemasaran adalah perilaku konsumen. Pengertian perilaku konsumen Menurut Schiffman dan Kanuk (dalam Rudy Irwansyah, Dkk 2021:2) *“Consumer behavior can be defined as the behavior that customer display in searching for, purchasing, using, evaluating, and disposing of products, services, and ideas they expect will satisfy they needs”*. Pengertian tersebut berarti perilaku yang diperhatikan



konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan mengabaikan produk,

jasa, atau ide yang diharapkan dapat memuaskan konsumen untuk dapat memuaskan kebutuhannya dengan mengkonsumsi produk atau jasa yang ditawarkan.

Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah produk. menurut Kotler dan Amstrong (dalam Abdul dan Imam 2016:2) adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan, dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk juga berkaitan dengan persepsi atas variasi produk, kualitas, desain, kemasan, ukuran, dan bentuk produk

Selain produk, citra juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Menurut meithiana ( 2019: 94 ) Citra merek merupakan asosiasi yang muncul dalam benak konsumen ketika mengingat merek tertentu. Asosiasi tersebut dengan sederhana dapat muncul dalam bentuk pemikiran dan citra tertentu yang dikaitkan dengan suatu merek. Jadi tidak mudah untuk membentuk citra, sehingga bila terbentuk akan sulit untuk mengubahnya. Citra yang dibentuk harus jelas dan memiliki keunggulan bila dibandingkan dengan pesaingnya. Konsumen memandang sebuah merek sebagai bagian dari produk dan pemberian merek dapat menambah nilai dari suatu produk. Pemberian merek telah menjadi strategi penting suatu produk. Nama merek menceritakan sesuatu kepada konsumen tentang mutu produk. Konsumen

yang selalu membeli merek yang sama, akan tahu bahwa pada setiap kali konsumen membeli, konsumen akan memperoleh mutu yang sama pula. Nama merek menjadi landasan dibangunnya sebuah citra yang menyeluruh tentang mutu khusus produk itu. Salah satu strategi mengenai merek yang dapat dilakukan untuk tetap menjaga keutuhan citra merek dimata konsumen adalah dengan melakukan perluasan merek.

Di dalam negeri, teh merupakan jenis minuman yang paling sering diminum oleh penduduk Indonesia dari jaman penjajahan hingga sekarang. Di dunia, Indonesia termasuk negara yang penduduknya menjadi peminum teh terbanyak setelah Cina. Hal ini lah yang dimanfaatkan oleh para produsen industri minuman. Jaman semakin modern dan teknologi semakin canggih, masyarakat menginginkan sesuatu yang cepat, praktis tetapi juga ekonomis. Melihat banyaknya penduduk yang memiliki kegemaran meminum teh, akhirnya muncul gagasan tentang teh kemasan siap minum yang tentu lebih praktis dan tidak repot. Maka tak heran, jika saat ini ada sekitar ratusan jenis teh kemasan siap minum yang beredar di Indonesia. Di Indonesia minuman tea dalam kemasan siap minum mudah sekali di jumpai baik di warung kecil – kecil maupun di supermarket.

Frestea adalah merek minuman teh siap minum yang diproduksi oleh PT Coca-Cola Bottling Indonesia. Diluncurkan pertama kali pada tahun 2002 sebagai pengganti Hi-C, hak merek ini dipegang oleh Pacific Refreshments Pte. Ltd., yang bemarkas di Singapura, merupakan divisi Asia Tenggara dari Beverage Partners Worldwide, yang merupakan joint-venture antara The

Coca-Cola Company dengan Nestlé, yang juga memiliki Nестea. Hubungan The Coca-Cola Company dengan Nestlé sudah berakhir pada tanggal 1 Januari 2018, sehingga Pacific Refreshments Pte. Ltd. sepenuhnya menjadi anak perusahaan The Coca-Cola Company. Merek Frestea kini juga dikenal di luar negeri sebagai Fuzetea. Saat ini, Frestea bersaing dengan produk teh dari Sosro, seperti Teh Botol dan Fruit Tea.

**Tabel I.I**

**TOP BRAND INDEX Teh Dalam Kemasan Siap Minum**

<b>Brand</b>	<b>TBI</b>
Teh Pucuk Harum	30,60 %TOP
Teh Botol Sosro	18,80 % TOP
Frestea	11,00%
Teh Gelas	9,30%
Mountea	4,10%

**Sumber: Top Brand Award ([www.topbrandaward.com](http://www.topbrandaward.com))**

Frestea merupakan merek minuman tea yang ketiga di indonesia. Frestea adalah merek minuman teh siap minum yang diproduksi oleh PT Coca-Cola Bottling Indonesia.

**Tabel II.2**  
Alasan Responden Tidak Menyukai Frestea

No. Pertanyaan jumlah	variabel
1. Minuman frestea tidak enak ( <i>aesthetics</i> )	
2. Rasa minuman frestea asam ( <i>aesthetics</i> )	
3. Kualitas produk tidak bertahan lama ( <i>durability</i> )	
4. Minuman frestea berlendir ( <i>aesthetics</i> )	
5. Minuman frestea Mudah basi ( <i>aesthetics</i> )	
6. minuman frestea bersoda ( <i>aesthetics</i> )	
7. Rasa minuman frestea pahit ( <i>aesthetics</i> )	
8. Produk frestea tidak bisa terkena sinar matahari ( <i>durability</i> )	
9. Desain kemasan frestea kurang menarik ( <i>aesthetics</i> )	
10. Warna minuman terlalu pekat ( <i>aesthetics</i> )	
11. Minuman frestea menyebabkan radang tenggorokan 24 ( <i>durability</i> )	produk
12. Daya tahan kemasan tidak dapat bertahan Lama ( <i>durability</i> )	
13. Tidak suka minuman frestea ( <i>aesthetics</i> )	
14. Produk frestea tidak bisa awet seharian ( <i>durability</i> )	
15. Kemasan produk frestea jelek ( <i>service ability</i> )	
16. Minuman frestea berlumut ( <i>durability</i> )	
17. Desain minuman frestea monoton ( <i>aesthetics</i> )	
18. Rasa minuman frestea terlalu manis ( <i>aesthetics</i> )	
19. Bau minuman fretea terlalu menyengat ( <i>aesthetics</i> )	
20. Minuman Frestea memiliki rasa minuman yang aneh ( <i>aesthetics</i> )	
21. Kemasan mudah cepat rusak ( <i>durability</i> )	
22. Kualitas produk jelek ( <i>durability</i> )	
23. mengkonsumsi frestea berlebihan menyebabkan efek samping seperti insomnia ( <i>durability</i> )	
24. minuman frestea menyebabkan sakit perut ( <i>durability</i> )	
No. Pertanyaan	Variabel Jumlah
1. Produk frestea tidak bisa bersaing dengan produk lain ( <i>recognition</i> )	
2. konsumen tidak mau membeli produk frestea lagi ( <i>affinity</i> )	citra merek 6
3. Konsumen kecewa pada produk minuman frestea ( <i>affinity</i> )	
4. Konsumen tidak mau meminum frestea lagi ( <i>affinity</i> )	
5. Merek frestea tidak terkenal ( <i>Recognition</i> )	
6. Merek minuman frestea memiliki citra merek yang buruk ( <i>Reputasi (Reputation)</i> )	
Jumlah	30

Sumber : hasil rekapitulasi review konsumen terhadap minuman frestea Di website (2023).

Berdasarkan tabel II.2 , menunjukkan beberapa alasan responden tidak memilih minuman frestea sebagai berikut :

### **1. Variabel produk**

Permasalahan yang muncul pada kualitas produk minuman frestea yaitu sebanyak 25 responden menyatakan minuman frestea tidak enak, rasa minuman frestea asem, kualitas produk tidak bertahan lama, minuman frestea berlendir, minuman frestea mudah basi, rasa minuman frestea bersoda, rasa minuman frestea pahit, produk frestea tidak bisa terkena sinar matahari, desain kemasan kurang menarik, warna minuman terlalu pekat, frestea mengandung gula yang tinggi, daya tahan kemasan tidak dapat bertahan lama, minuman frestea memiliki kandungan bahan kimia, tidak suka minuman frestea, produk frestea tidak bisa awet seharian, kemasan produk frestea jelek, minuman frestea berlumut, desain minuman frestea monoton, rasa minuman frestea terlalu manis, bau minuman terlalu menyengat, frestea memilikirasa minuman yang aneh, kemasan mudah cepat rusak, kualitas produk jelek, mengkonsumsi frestea berlebihan menyebabkan efek samping seperti insomnia, minuman frestea menyebabkan sakit perut. Semua jawaban di atas menggambarkan variabel produk.

## 2. Variabel citra merek

Ada 5 ulasan dari objek yang menggambarkan variabel citra merek. Produk frestea tidak bisa bersaing dengan produk lain, konsumen tidak mau membeli produk frestea lagi, konsumen kecewa pada produk frestea, konsumen tidak mau meminum frestea lagi, varian rasa frestea mengandung gula yang cukup tinggi. Semua jawaban di atas menggambarkan variabel citra merek.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas maka peneliti mengambil judul **Pengaruh Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea Di Kelurahan Talang Bubuk Kecamatan Plaju Kota Palembang.**

### B. Rumusan masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang tersebut , maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Apakah ada pengaruh Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian minuman Frestea di Kelurahan TalangBubuk Kecamatan Plaju Kota Palembang ?
2. Apakah ada pengaruh Produk terhadap keputusan Pembelian minuman Frestea di Kelurahan TalangBubuk Kecamatan Plaju Kota Palembang ?
3. Apakah ada pengaruh Citra Merek terhadap keputusan Pembelian minuman Frestea di Kelurahan TalangBubuk Kecamatan Plaju Kota Palembang ?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui Pengaruh produk dan citra merek terhadap keputusan Pembelian minuman Frestea di Kelurahan Talangbubuk Kecamatan Plaju Kota Palembang?
2. Untuk mengetahui Pengaruh Produk terhadap keputusan Pembelian minuman Frestea di Kelurahan Talangbubuk Kecamatan Plaju Kota Palembang ?
3. Untuk mengetahui Pengaruh citra merek terhadap keputusan Pembelian minuman Frestea di Kelurahan Talangbubuk Kecamatan Plaju Kota Palembang ?

### **D. Manfaat Penelitian**

#### 1. Manfaat Penelitian

Peneliti dapat memberikan gambaran praktek dan teori yang selama ini di peroleh selama perkuliahan, khususnya dalam konsentrasi manajemen pemasaran.

#### 2. Manfaat bagi almamater

sebagai bahan masukan bagi perguruan tinggi untuk menambahkan salah satu sumber referensi untuk peneliti selanjutnya khususnya terhadap kajian sejenis.

### DAFTAR PUSTAKA

- Asiati, D., Fauzi, F., Dencik, A. B. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Palembang : Noer Fikri.
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Pelanggan*. Makasar.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning Dan Strategy)*. Surabaya.
- Fatmaningrum, s. Susanto, & Fadhila, f. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*. Vol. 4 No. 1, Pp. 176-188.
- Harjadi, D. Dan Arraniri, I. (2021). *Experiental Marketing Dan Kualitas Pelayanan*. Yogyakarta: Insania.
- Iqbal Hasan, M. (2015). Pokok Materi, *Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Meliantari, D. (2023). *Produk Dan Merek (Suatu Pengantar)*. Bogor Timur.
- Rahmadani, I. Dan Gofur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Coca-Cola (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stiami Kampus Bekasi Angkatan 2018). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 3 No. 2, Pp. 192-204.
- Sugiyono, (2019) *Metode Penelitian Kombinasi*. PT. Alfabeta: Bandung.
- Sari, V. A., & Suryoko, S. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan Teh Botol Sosro (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Fisip Undip Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(3), 453-464.
- Samad, A., & Wibowo, I. (2016). Pengaruh Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Specs di Kota Bekasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 4(3), 19.
- Wiratmadja, J., & Kristiawan, A. (2022). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek pada Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Teh Botol Sosro Di Jawa Barat). *MBIA*, 21(2), 213-223.
- <https://takterlihat.com/strategi-pemasaran-produk-fretea/>  
<https://vt.tiktok.com/ZSNKMcBdk/>