

SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN CITA RASA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SUSU *ULTRA HIGH
TEMPERATURE FRISIAN FLAG* DI KOTA BANJARMASIN**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada
Program Studi Administrasi Bisnis

Oleh:

MUHAMMAD FARHAN DARIS

2110412310027



**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

2025

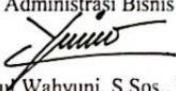
LEMBAR PENGESAHAN

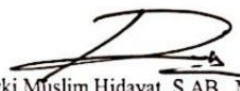
PENGARUH BRAND IMAGE DAN CITA RASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SUSU UHT FRISIAN FLAG DI KOTA BANJARMASIN

- A. Nama Mahasiswa : Muhammad Farhan Daris
NIM : 2110412310027
- B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.
- C. Tim Penguji:
- a. Pembimbing
Rizki Muslim Hidayat, S.AB., MM
NIP. 198912072025211048
 - b. Penguji I
Dr. Taharuddin, S.Sos, MM
NIP. 197401102000031001
 - c. Penguji II
Dr. Fitriyadi, M. Si, CRGP, CTIA
NIP. 196701131994031001

[
.....]
[
.....]
[
.....]

Banjarmasin 3 April 2026

Koordinator Program Studi
Administrasi Bisnis

Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos., M.AB
NIP.197511052001122001

Ketua Pembimbing

Rizki Muslim Hidayat, S.AB., MM
NIP. 198912072025211048

Mengetahui
Deban FISIP ULM

Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si
NIP-197104201999031001

SURAT TUGAS



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

SURAT TUGAS

Nomor : 7161/UN8.1.13/KP.10.00/2025

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin
menugaskan Saudara/i :

1. Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM
2. Dr. Taharuddin, S.Sos, MM
3. Dr. Fitriyadi, M.Si, CRGP, CTIA

Untuk menguji Skripsi mahasiswa/i Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Lambung Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Muhammad Farhan Daris
NIM : 2110412310027
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Image dan Cita Rasa Terhadap Keputusan
Pembelian Susu Ultra High Temperature Frisian Flag di kota
Banjarmasin

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Rabu, 17 Desember 2025
J a m : 11.00 Wita s.d Selesai
T e m p a t : Ruang Lab. Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 12 Desember 2025
Dekan,



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si
NIP 197301221998021001



Catatan :

1. UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti yang sah"
2. Dokumen ini telah diandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSSr.



Dipindai dengan CamScanner

BERITA ACARA



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Rabu tanggal 17 bulan Desember tahun 2025, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor:7161/UN8.1.13/KP.10.00/2025 tanggal 12 Desember 2025 untuk menguji skripsi :

Nama : Muhammad Farhan Daris
NIM : 2110412310027
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Image dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Susu Ultra High Temperature Frisian Flag di kota Banjarmasin

Tempat Ujian : Ruang Lab.Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)
Waktu Ujian : 11.00 Wita s.d Selesai
Nilai : 70/A-
Dinyatakan : Lulus / Tidak Lulus

Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 17 Desember 2025

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji, 1. Ketua : Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM

Muhammad Farhan Daris

2. Sekretaris : Dr. Taharuddin, S.Sos MM

3. Anggota : Dr. Fitriyadi, M.Sj, CRCP, CTIA

Mengetahui/membenarkan :

a.n. Dekan

Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis,

Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB

NIP. 19751105 200112 2 001

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan susunan skripsi ini. Skripsi ditulis dengan judul “Pengaruh *Brand Image* dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Susu *Ultra High Temperature Frisian Flag* Di Kota Banjarmasin”. Skripsi ini ditulis sebagai persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana (S1) Administrasi Bisnis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini terselesaikan karena adanya bantuan dan bimbingan baik secara moral maupun material dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak - pihak yang terlibat antara lain:

1. Bapak Prof Dr. Ahmad, S. E., M. Si. Selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S. Sos., M. Si Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB Selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
4. Bapak Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu dan memberikan bimbingannya selama pembuatan sampai kepada terselesaikannya skripsi ini.

5. Bapak Dr. Taharuddin, S.Sos, MM selaku Dosen Penguji I yang telah memberikan saran dan arahan kepada penulis agar skripsi dan penelitian ini dapat lebih baik.
6. Bapak Dr. Fitriyadi, M.Si, CRGP, CTIA selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan saran dan arahan kepada penulis agar skripsi dan penelitian ini dapat lebih baik.
7. Bapak dan Ibu Dosen, Staff Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat yang telah memberikan bekal ilmu kepada saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Semua pihak yang ikut serta dalam pembuatan skripsi saya ini.

Semoga Allah SWT memberikan rahmat dan ridho-Nya atas dukungan serta bantuan yang telah diberikan. Penulis menyadari keterbatasan dalam pelaksanaan dan memiliki kekurangan saat penyusunan skripsi. Akhir kata, semoga penyusunan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya serta bagi pembaca.

Banjarmasin, 25 Oktober 2025

Muhammad Farhan Daris

PERSEMBAHAN

Saya panjatkan puji dan syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, Tuhan semesta alam, serta shalawat dan salam kepada Baginda Nabi Muhammad SAW, sang penerang hidup di dunia dan akhirat. Atas segala nikmat, kemudahan, dan kekuatan yang Allah berikan, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Saya meyakini bahwa benar firman Allah dalam QS. Al-Insyirah ayat 5-6: "Karena sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan." Ayat ini menjadi penguat hati dalam setiap proses yang saya lalui.

Dengan bangga skripsi ini penulis persembahkan kepada orang tua saya, ibu saya tercinta Tini Martina yang menjadi motivasi utama saya dalam menyelesaikan skripsi ini, beliau berjuang sendirian untuk membesarkan ketiga anaknya dan telah melalui banyak tantangan dan pengorbanan. terima atas cinta, doa, dukungan, dan segala pengorbanan yang tak ternilai. Yang menjadi sumber semangat dan kekuatan terbesar dalam hidup saya. Terima kasih telah mengajarkan peneliti tentang ketekunan dan arti dari mengikhlaskan. Untuk almarhum Ayah tercinta, meskipun raga tak lagi bersama, kasih dan doa Ayah selalu hidup di setiap langkahku.

Terima kasih atas cinta, doa, dan didikan yang menjadi kekuatan terbesar dalam perjalanan ini. Penulis berharap Ayah tenang dan bahagia di surga, serta ikut tersenyum melihat pencapaian anakmu dari kejauhan. Untuk kedua saudara saya, Keysa dan Farel. Terima kasih atas doa dan semangatnya sehingga peneliti

termotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini tanpa adanya dukungan dari mereka peneliti mungkin tidak bisa berada pada titik ini sekarang.

Terima kasih kepada HIMABI yang telah menjadi saksi atas perjalanan perkuliahan penulis. Meski penuh dengan suka dan duka, namun penulis tetap bersyukur karena bisa menjadi bagian dari organisasi ini yang telah memberi banyak pengalaman dan pengetahuan tentang kehidupan dan keorganisasian. Dan kepada seluruh teman teman penulis yang telah memberikan semangat dan doa untuk penulis.

Terakhir, terima kasih kepada diri saya, Farhan. Yang telah berjuang sampai titik ini walaupun banyak rintangan dan tantangan yang dihadapi terima kasih karena tetap bertahan dengan segala masalah yang terus berdatangan, tekanan yang terus melawan, dan semangat yang hampir hilang. Terima kasih karena tidak menyerah dengan hidup yang menjadi harapan orang-orang. Penelitian ini merupakan pencapaian yang sangat luar biasa bagi penulis. Semoga selalu diberi kekuatan dan keikhlasan menjalani perjalanan selanjutnya. Mari buktikan, setiap kesulitan pasti berbuah keberhasilan. Aamiin.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi mana pun
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari dosen pembimbing dan maukan tim penguji
3. Seluruh karya atau pendapat pakar atau karya yang telah di sitasi nama pengarangnya dan dicantumkan di dalam daftar pustaka
4. Pertanyaan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya sebagai peneliti bersedia menerima sanksi sesuai undang-undang yang berlaku

Banjarmasin, 25 Oktober 2025
Yang membuat pernyataan

Muhammad Farhan Daris
NIM. 2110412310027

ABSTRAK

Muhammad Farhan Daris, 2110412310027, 2025. Pengaruh *Brand Image* dan Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian Susu *Ultra High Temperature Frisian Flag* di Kota Banjarmasin, di bimbing oleh Rizki Muslim Hidayat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji Pengaruh *Brand Image* dan Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian Susu *Ultra High Temperature Frisian Flag* di Kota Banjarmasin, baik secara parsial maupun simultan. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan desain penelitian *explanatory research*. Sampel penelitian sebanyak 100 responden dipilih melalui teknik *accidental sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Brand Image* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian, begitu pula dengan Cita Rasa. Secara parsial, kedua variabel tersebut berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Susu *Ultra High Temperature Frisian Flag* di Kota Banjarmasin.

Kata Kunci: *Brand Image*, Cita Rasa, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Muhammad Farhan Daris, 2110412310027, 2025. The Influence of Brand Image and Taste on the Purchase Decision of Frisian Flag Ultra High Temperature Milk in Banjarmasin City, supervised by Rizki Muslim Hidayat.

This study aims to determine and examine the influence of brand image and taste on the purchase decision of Frisian Flag Ultra High Temperature Milk in Banjarmasin City, both partially and simultaneously. The approach used is quantitative with an explanatory research design. A sample of 100 respondents was selected using accidental sampling. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression with the help of SPSS version 26.

The results showed that Brand Image had a significant partial effect on Purchase Decision, as did Taste. Partially, both variables had a significant simultaneous effect on the Purchase Decision of Frisian Flag Ultra High Temperature Milk in Banjarmasin City.

Keywords: Brand Image, Taste, Purchase Decision

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
PERSEMBAHAN	vii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ix
ABSTRAK	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teoritis.....	15
2.1.1 Pemasaran	15
2.1.2 Brand Image.....	19
2.1.3 Cita Rasa	21
2.1.4 Perilaku Konsumen	24
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	28
2.2. Penelitian Terdahulu	40
2.3. Hipotesis dan Model Penelitian	49
2.3.1 Hipotesis	49
2.3.2 Model Penelitian	55
BAB III METODE PENELITIAN	56
3.1 Pendekatan Penelitian.....	56
3.2 Desain Penelitian	56
3.3 Lokasi Penelitian	57
3.4 Populasi, Besar Sampel dan Teknik Sampling	57
3.4.1 Populasi.....	57

3.4.2 Besar Sampel	57
3.4.3 Teknik Sampling	59
3.5 Definisi Operasional Variabel	59
3.5.1 Variabel bebas (Independen).....	59
3.5.2 Variabel Terikat (Dependen)	61
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	66
3.6.1 Data Primer	66
3.6.2 Data Sekunder	66
3.7 Teknik Analisa data	67
3.7.1 Skala Pengukuran.....	69
3.7.2 Deskripsi Statistik	69
3.7.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	70
3.7.4 Uji Persyaratan Analisis.....	71
3.7.5 Uji Regresi Linear Berganda.....	73
3.7.6 Alat Uji Hipotesis	74
BAB IV HASI PENELITIAN	77
4.1 Profil Responden	77
4.1.1 Berdasarkan Domisili.....	77
4.1.2 Berdasarkan Jenis Kelamin.....	78
4.1.3 Berdasarkan Usia	78
4.1.4 Berdasarkan Pekerjaan.....	79
4.1.5 Berdasarkan Pendapatan	80
4.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	80
4.2.1 Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	81
4.2.2 Deskriptif Variabel Cita Rasa	84
4.2.3 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	89
4.3 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas.....	94
4.3.1 Hasil Uji Validitas.....	94
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas	97
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	97
4.4.1 Hasil Uji Normalitas	97
4.4.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	100
4.4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	101

4.5 Hasil Uji Analisis Linier Berganda.....	102
4.6 Hasil Uji Hipotesis.....	105
4.6.1 Hasil Uji Parsial (Uji-t).....	105
4.6.2 Hasil Uji simultan (Uji-f).....	106
4.6.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	107
BAB V PEMBAHASAN HASIL.....	109
5.1 Pembahasan	109
5.1.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	109
5.1.2 Pengaruh Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian	110
5.1.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian	112
5.2 Implikasi Hasil Penelitian	114
5.2.1 <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	114
5.2.2 Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian.....	115
5.2.3 <i>Brand Image</i> dan Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian	116
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	117
BAB VI PENUTUP.....	118
6.1 Kesimpulan.....	118
6.2 Saran.....	119
DAFTAR PUSTAKA.....	121

DAFTAR TABEL

No	Judul	Hal
Tabel 1. 1	Tingkat Perbandingan Produksi	3
Tabel 1. 2	Posisi Merek <i>Frisian Flag</i> berdasarkan Top Brand Award.....	9
Tabel 2. 1	Hasil Penelitian Terdahulu	40
Tabel 3. 1	Definisi Operasional Variabel	64
Tabel 3. 2	Instumen Skala Likert.....	69
Tabel 3. 3	Rentang Kategori Jawaban Responden	70
Tabel 3. 4	Instumen Skala Likert.....	76
Tabel 4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	77
Tabel 4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	78
Tabel 4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	78
Tabel 4. 4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	79
Tabel 4. 5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	80
Tabel 4. 6	Deskriptif Variabel Brand Image.....	81
Tabel 4. 7	Deskriptif Variabel Cita Rasa.....	85
Tabel 4. 8	Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	89
Tabel 4. 9	Hasil Uji Validitas	95
Tabel 4. 10	Hasil Uji Reliabilitas	97
Tabel 4. 11	Uji Kolmogorov Smirnov.....	99
Tabel 4. 12	Hasil Uji Multikolinearitas	101
Tabel 4. 13	Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	103
Tabel 4. 14	Uji Parsial (Uji-t).....	105
Tabel 4. 15	Hasil Uji Simultan (Uji-F).....	106
Tabel 4. 16	Hasil Koefisien Determinasi R ²	107

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Hal
Gambar 1. 1	Merek susu <i>Ultra High Temperature</i> yang paling sering di konsumsi di Indonesia.....	4
Gambar 1. 2	Variasi Rasa Susu <i>Frisian Flag</i>	11
Gambar 2. 1	Proses keputusan pembelian oleh konsumen akhir	31
Gambar 4. 1	Hasil Uji Normalitas Histogram	98
Gambar 4. 2	Hasil Uji Normalitas P-Plot	99
Gambar 4. 3	Hasil Uji Hereroskedastisitas Scatterplot.....	102
Gambar 5. 1	Model Akhir Penelitian.....	117

LAMPIRAN

No	Judul	Hal
Lampiran 1. 1	Kuesioner Penelitian	127
Lampiran 2. 1	Tabulasi Data Responden.....	134
Lampiran 3. 1	Hasil Output Tabel Frekuensi Profil Responden	140
Lampiran 3. 2	Hasil Statistik Deskriptif Variabel Brand Image (X1)	141
Lampiran 3. 3	Hasil Statistik Deskriptif Variabel Cita Rasa (X2)	144
Lampiran 3. 4	Hasil Statistik Deskriptif Variabel Variabel Keputusan Pembelian (Y)	147
Lampiran 3. 5	Uji Validitas Brand Image (X1).....	151
Lampiran 3. 6	Uji Validitas Cita Rasa (X2)	152
Lampiran 3. 7	Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	154
Lampiran 3. 8	Uji Reliabilitas Variabel Brand Image (X1)	157
Lampiran 3. 9	Uji Reliabilitas Variabel Cita Rasa (X2).....	157
Lampiran 3. 10	Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	157
Lampiran 3. 11	Normalitas	158
Lampiran 3. 12	Uji Multikolinieritas	159
Lampiran 3. 13	Uji Heteroskedasitas.....	159
Lampiran 3. 14	Uji Analisis Regresi Linier Berganda	160
Lampiran 3. 15	Uji Parsial / Uji T	160
Lampiran 3. 16	Uji simultan / Uji F	160
Lampiran 3. 17	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	160
Lampiran 3. 18	Titik Persentase Distribusi t (df=41-117).....	161
Lampiran 3. 19	R-Tabel.....	162
Lampiran 3. 20	Titik Persentase Distribusi F (41-110)	164