

PENGARUH MARKETING MIX DAN BRAND

IMAGE TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN

(Studi Kasus Pada “KENTUCKY FRIED CHICKEN” Cabang

Taman Palam)

SKRIPSI



Nim : 43110010143

Program Studi Manajemen

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

2015

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Kalla Mentari Siregar

Nim : 43110010143

Program Studi : S-1 Ekonomi Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni karya sendiri, apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku, saya bersedia dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku, saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 26 Agustus 2015



(Kalla Mentari Siregar)

Nim 43110010143

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Kalla Mentari Siregar

Nim : 43110010143

Judul Skripsi : “ Pengaruh Marketing Mix dan Brand Image Terhadap Perilaku Pembelian (Studi Kasus Pada Kentucky Fried Chicken Cabang Taman Palam)”

Tanggal Lulus Ujian : 20 Agustus 2015

Disahkan Oleh :

Dosen Pembimbing,

Ketua Penguji,



Tafiprios, SE., MM

Tanggal : 1-9-15



Zulfetri, MP., MM

Tanggal : 27-08-15

Dekan,

Ketua Program Studi,



Prof. Dr. Wiwik Utami, AK., MS., CA

Tanggal : 31-8-15



Dr. Rina Astini, SE., MM

Tanggal : 27/9 2015.

KATA PENGANTAR

“Bismillahirrahmanirrahim”

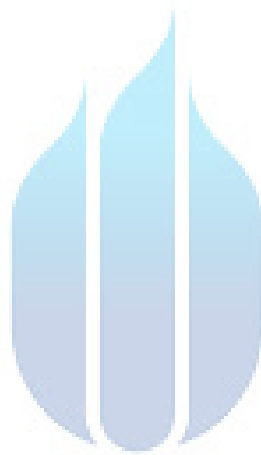
Alhamdulillah puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberi rahmat, taufik dan karunia-Nya dengan izin Allah Yang Maha Pengasih dan Penyayang sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana di Universitas Mercu Buana Jakarta dengan judul **“Pengaruh Marketing Mix dan Brand Image Terhadap Perilaku Pembelian”**. (Studi Kasus Pada **“KENTUCKY FRIED CHICKEN”** Cabang Taman Palam).

Dalam Penyusunan skripsi ini penulis menyadari adanya keterbatasan dan ketidaksempurnaan dari segi bahasa maupun sistematika penulisan, hal ini dikarenakan terbatasnya kemampuan yang dimiliki oleh penulis. Namun bantuan, bimbingan, masukan, saran, dan dorongan moril serta materil dari berbagai pihak akhirnya penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Skripsi ini khusus saya dedikasikan buat orang tua saya tercinta ibunda Ramauli hutagaol yang telah memberikan doa, motivasi , semangat,serta saran, yang menyertai dalam hidup saya. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini, khususnya kepada :

1. Mama tercinta yang selalu mensupport,memberi motivasi dan kasih sayang serta memberikan do'a dalam proses penyelesaian kuliah dan penulisan skripsi ini,dan Almarhum ayah saya Syawal Siregar yang luar biasa saya banggakan mudah-mudahan beliau tenang dan di tempatkan disisi yang paling baik oleh Allah S.W.T.
2. Tafiprios, SE.,MM. selaku Dosen Pembimbing, Terimakasih, atas segala kesempatan yang diberikan dalam membimbing, memberikan saran, dan masukan, serta kritik, dengan sabar dan motivasi yang membangun selama bimbingan , buat saya demi terselesaikannya skripsi ini.
3. Dr.Ir.Arissetyanto Nugroho,MM. Selaku Rektor Universitas Mercubuana.
4. Prof. Wiwik Utami, AK.,MS.,CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercubuana.
5. Dr. Rina Astini, SE.,MM. selaku Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercubuana.
6. Buat Kakakku Balqis Anggi Saputri Siregar, Bunga Cholillan Siregar,dan Kakak-Kakakku yang lain terimakasih banyak atas bantuan dalam pembuatan skripsi ini,serta semangat dan motivasi yang selalu di berikan.
7. Kokom, dan Dian Sahabatku yang selalu memberikan dukungan doa,serta bantuan dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Seluruh Rekan-Rekan Seperjuangan Ekonomi dan Bisnis Manajemen S1 Angkatan 2010 Universitas Mercubuana.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini memiliki beberapa kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu saran dan kritik sangat penulis harapkan semoga skripsi ini memberi manfaat bagi para pembaca, khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercubuana. Terima Kasih.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakhatsu



Jakarta, 26 Agustus 2015

Kalla Mentari Siregar

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
 BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Kontribusi Penelitian.....	4
 BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Pemasaran.....	6
B. Fungsi Pemasaran.....	6
C. Konsep Pemasaran.....	7
D. Bauran Pemasaran.....	8

1. Produk.....	11
2. Harga.....	11
3. Tempat.....	13
4. Promosi.....	14
5. Brand Image.....	16
E. Perilaku Pembelian	20
1. Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian.....	21
2. Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian	25
F. Penelitian Terdahulu.....	26
G. Hipotesis Penelitian	27
H. Rangka Pemikiran	28
BAB III METODELOGI PENELITIAN	
A. Objek Penelitian.....	29
B. Desain Penelitian	30
C. Variabel Penelitian	30
1. Variabel Penelitian.....	30
D. Skala Pengukuran.....	32
E. Metode Pengumpulan Data.....	38
F. Populasi dan Sampel.....	39
G. Analisis Deskriptif	40
H. Metode Analisis data.....	40
1. Uji Validitas	41
2. Uji Reliabilitas	42

3. Uji Asumsi Klasik.....	43
4. Uji Determinasi.....	44
5. Uji t (uji regresi parsial	45
6. Uji F (uji regresi secara bersama-sama.....	45

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran umum Penelitian	51
B. Karakteristik responden	51
1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
2. Karakteristik Berdasarkan Usia Responden.....	52
3. Karakteristik Jenis Pekerjaan Responden.....	53
4. Karakteristik pendapatan perbulan.....	53
C. Analisis Pengujian Data.....	54
1. Hasil Uji Validitas	54
2. Hasil Uji Reliabilitas	61
3. Analisis Deskriptif.....	62
4. Uji asumsi klasik	94
a. Hasil Uji Normalitas	95
b. Hasil Uji Multikolinearitas.....	96
c. Hasil Uji Heterokedasititas	98
5. Analisis Data linear berganda	99
6. Hasil Uji koefisien determinasi	102
7. Uji Hipotesis	103

A. Hasil Uji T.....	104
B. Hasil Uji F.....	106
D. Pembahasan.....	107

BAB V Kesimpulan dan Saran

A. Kesimpulan.....	109
B. Saran.....	110

DAFTAR PUSTAKA.....	112
----------------------------	------------

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 : Hasil Uji Data



.....

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian Marketing mix	34
Tabel 3.2 Operasional Variabel Penelitian Brand imge.....	35
Tabel 3.3 Operasional Variabel Penelitian Perilaku Pembelian.....	37
Tabel 4.1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden.....	51
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia Responden	52
Tabel 4.3 Karakteristik Jenis Pekerjaan Responden.....	53
Tabel 4.4 Karakteristik Pendapatan Perbulan Responden	53
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas <i>Product</i>	56
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas <i>Price</i>	56
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas <i>Place</i>	57
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas <i>Promotion</i>	58
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas <i>Brand image</i>	59
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Perilaku Pembelian	60
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	61
Tabel 4.12 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Product</i>	62
Tabel 4.13 Hasil Analisis deskriptif Variabel <i>Product</i>	63
Tabel 4.14 Hasil Analisis deskriptif Variabel <i>Product</i>	64
Tabel 4.15. Hasil Analisis deskriptif Variabel <i>Product</i>	65
Tabel 4.16 Hasil Analisis deskriptif Variabel <i>Product</i>	65
Tabel 4.17 Hasil Analisis deskriptif Variabel <i>Price</i>	66
Tabel 4.18 Hasil Analisis deskriptif Variabel <i>Price</i>	67
Tabel 4.19 Hasil Analisis deskriptif Variabel <i>Price</i>	68
Tabel 4.20 Hasil Analisis deskriptif Variabel <i>Price</i>	69

Tabel 4.21 Hasil Analisis deskriptif Variabel <i>Price</i>	69
Tabel 4.22 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Place</i>	70
Tabel 4.23 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Place</i>	71
Tabel 4.24 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Place</i>	72
Tabel 4.25 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Place</i>	73
Tabel 4.26 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Place</i>	74
Tabel 4.27 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Promotion</i>	75
Tabel 4.28 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Promotion</i>	75
Tabel 4.29 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Promotion</i>	75
Tabel 4.30 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Promotion</i>	76
Tabel 4.31 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Promotion</i>	77
Tabel 4.32 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand image</i>	77
Tabel 4.33 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	78
Tabel 4.34 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	79
Tabel 4.35 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	80
Tabel 4.36 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	80
Tabel 4.37 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	81
Tabel 4.38 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Perilaku Pembelian	82
Tabel 4.39 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Perilaku Pembelian	83
Tabel 4.40 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Perilaku Pembelian	83
Tabel 4.41 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Perilaku Pembelian	84
Tabel 4.42 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Perilaku Pembelian	85
Tabel 4.43 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Perilaku Pembelian	85
Tabel 4.44 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Perilaku Pembelian	86
Tabel 4.45 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Perilaku Pembelian	87

Tabel 4.46 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Perilaku Pembelian.....	87
Tabel 4.47 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Perilaku Pembelian	88
Tabel 4.48 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Perilaku Pembelian	89
Tabel 4.49 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Perilaku Pembelian	89
Tabel 4.50 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Perilaku Pembelian.....	90
Tabel 4.51 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Perilaku Pembelian	91
Tabel 4.52 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Perilaku Pembelian	91
Tabel 4.53 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Perilaku Pembelian	92
Tabel 4.54 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Perilaku Pembelian	93
Tabel 4.55 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Perilaku Pembelian	94
Tabel 4.56 Hasil Uji Multikolinearitas	97
Tabel 4. 57 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	100
Tabel 4.58 Hasil Uji Koefisien Determinasi	102
Tabel 4.59 Hasil Uji t.....	104
Tabel 4.60 Hasil Uji f.....	106



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bauran Pemasaran 4p.....	10
Gambar 2.2 Rangka Pemikiran.....	28
Gambar 4.1 Uji Normalitas	96
Gambar 4.2 Uji Heterokedastisitas	98

