

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS HARGA, PROMOSI DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK TA WAN CIBUBUR JUNCTION**

SKRIPSI



Nama : M Arya Arafah

UNIVERSITAS
NIM : 43116210068

MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2020

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS HARGA, PROMOSI DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK TAWAN CIBUBUR JUNCTION**

**Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Mercubuana Jakarta**



Nama : M Arya Arafah

NIM : 43116210068

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2020

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : M Arya Arafah
NIM : 43116210068
Program Studi : SI Manajemen

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

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 28 Januari 2020



M Arya Arafah

43116210068

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : M Arya Arafah
Nim : 43116210068
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Promosi, dan Citra Merek Terhadap
Keputusan Pembelian Produk Ta Wan Cibubur Junction.

Tanggal Lulus Ujian : 28 Januari 2020

Disahkan Oleh:

Pembimbing,



Dra. Yanti Murni, MM.

Tanggal : 3 Februari 2020

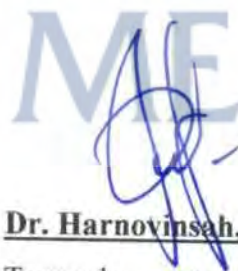
Ketua Penguji,



Dr. Parwoto, ST., MM.

Tanggal : 4 Februari 2020

Dekan

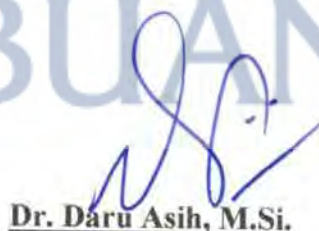


Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si. CA.

Tanggal : 7 Februari 2020

Ketua Program Studi

S1 Manajemen,



Dr. Daru Asih, M.Si.

Tanggal : 6 Februari 2020

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, promosi, dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada Ta Wan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah makan di restoran Ta Wan Cibubur Junction. Sampel yang dipergunakan adalah sebanyak 100 konsumen, dihitung berdasarkan rumus Rao Purba dalam Kharis. Metode penarikan sampel menggunakan purposive sampling. Metode pengumpulan data menggunakan metode suvey, dengan instrumen penelitian adalah kuesioner. Metode analisis kuantitatif dengan menggunakan statistik. Penelitian ini membuktikan bahwa harga signifikan terhadap keputusan pembelian. Promosi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Citra Merek tidak signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Harga, Promosi, Citra Merek, Keputusan Pembelian



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of price, promotion, and brand image on purchasing decisions on Ta Wan. The population in this study were consumers of who eat in Ta Wan Cibubur Junction. The sample used was consumers, calculated based on the Rao Purba formula in Kharis. The sampling method used purposive sampling. Data collection method using survey method, the research instrument is a questionnaire. Quantitative analysis method using statistic. This research proves that price has significant influence purchasing decisions. Promotion not significantly influence purchasing decisions. Positive brand image not significant influence on purchasing decisions.

Keywords: Price, Promotion, Brand Image, Purchasing Decision.



U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

LEMBAR PERSEMBAHAN

Puji syukur kita panjatkan kehadiran Allah SWT. Yang melimpahkan rahmat dan hidayahnya kepada kita semua. Alhamdulillah atas kemudahan dan jalan yang diberikan sampai akhirnya saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.

Saya persembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat saya kasihi dan saya sayangi sebagai tanda bukti, hormat, dan rasa terima kasih yang tak terhingga. Saya persembahkan karya kecil ini kepada Bapak dan Ibu saya yang telah memberikan kasih sayang, dukungan dan cinta kasih tiada terhingga yang tiada mungkin dapat saya balas hanya dengan selembarnya kata cinta dan persembahan. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat Bapak dan Ibu bahagia karena saya sadar, selama ini belum bisa memberi yang lebih. Untuk Bapak dan Ibu yang selalu membuat saya termotivasi dan tidak pernah henti untuk mendoakan saya.

Untuk adik – adik saya terima kasih untuk semangat dan doa yang kamu berikan. Hanya karya kecil yang sederhana ini yang bisa saya persembahkan buat kamu. Maaf, belum bisa jadi panutan seutuhnya buat kamu. Tapi saya berusaha selalu menjadi yang terbaik.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul **“Analisis Pengaruh Harga, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ta Wan Cibubur Junction”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penelitian menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusun Proposal skripsi penelitian ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya kepada Dra. Yanti Murni., MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti ucapkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah mencurahkan anugerah-Nya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana.

2. Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si. CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Daru Asih, M.Si selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Eri Marlapa SE, MM., selaku Sekretaris Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana Kampus Jati Sampurna
5. Seluruh Dosen dan Staf Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
6. Teristimewa, orang tua tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti – hentinya kepada saya serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Terima kasih kepada teman istimewa saya Alieffia Ashari Santi yang tak henti – henti selalu memberi dukungan dan bantuan kepada saya agar menyelesaikan skripsi ini
8. Terima kasih Kepada teman – teman warung babeh yang selalu memberikan dukungan dan motivasi agar saya bersemangat menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh teman Manajemen 2016 yang saling merangkul untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki peneliti. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.



Jakarta, 28 Januari 2020

M Arya Arafah

U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

DAFTAR ISI

Tabel	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka.....	9
1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	9
2.2 Konsep Manajemen Pemasaran.....	10
1. Keputusan Pembelian	10
2. Harga	14
3. Promosi.....	18
4. Citra Merek	21
B. Penelitian Terdahulu	24
C. Rerangka Konseptual.....	29

D. Pengembangan Hipotesis.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Waktu dan Tempat Penelitian	31
B. Desain Penelitian.....	31
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	31
1. Definisi Variabel	31
2. Operasional Variabel.....	33
D. Skala Pengukuran	35
E. Populasi dan Sampel Penelitian	36
1. Populasi Penelitian	36
2. Sampel Penelitian	36
F. Teknik Pengumpulan Data	38
G. Metode Analisis.....	39
1. Analisis Statistik Deskriptif	39
2. Uji Kualitas Data	39
a. Uji Validitas	39
b. Uji Reliabilitas.....	40
3. Uji Asumsi Klasik	41
a. Uji Normalitas	41
b. Uji Multikolineiritas	41
c. Uji Heteroskedastisitas	42
d. Uji Linearitas	42
4. Uji Kesesuaian Model	43
a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	43
b. Uji f (ANOVA)	43
5. Analisis Regresi Linier Berganda.....	44
6. Uji Hipotesis.....	45
a. Uji Parsial (Uji t)	45

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	46
1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	46
2. Karakteristik Profil Responden.....	46
a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	47
c. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan	48
d. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan.....	49
B. Hasil Uji Statistik Deskriptif	49
1) Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian....	51
2) Deskripsi Jawaban Responden Variabel Harga.....	52
3) Deskripsi Jawaban Responden Variabel Promosi	53
4) Deskripsi Jawaban Responden Variabel Citra Merek	54
C. Hasil Uji Kualitas Data	54
1. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	55
2. Hasil Uji Validitas Variabel Harga	55
3. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	56
4. Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek	57
5. Hasil Uji Reliabilitas.....	58
D. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	58
1. Hasil Uji Normalitas	59
2. Hasil Uji Multikolonieritas.....	59
3. Hasil Uji Heterokedastisitas	60
4. Hasil Uji Linearitas.....	60
E. Hasil Uji Kesesuaian Model.....	61
1. Hasil Uji Determinan (R^2)	61
2. Hasil Uji F ANOVA	62
F. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	62

G. Hasil Uji Hipotesis	63
H. Pembahasan Hasil Penelitian	64
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	66
A. Simpulan.....	66
B. Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN.....	71



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1.	Penjualan Ta Wan Cibubur Junction 2017 -2018	4
1.2.	Hasil survey terhadap konsumen Ta wan ,Cibubur Junction	5
2.1.	Peneliti Terdahulu	24
3.1.	Operasionalisasi Variabel.....	33
4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	47
4.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	48
4.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	49
4.5.	Kriteria Interpretasi Skor.....	50
4.6.	Hasil Uji Deskriptif Keputusan Pembelian	51
4.7.	Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif Harga	52
4.8.	Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif Promosi.....	53
4.9.	Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif Citra Merek	54
4.10.	Hasil Uji Validitas	55
4.14.	Hasil Uji Reliabilitas	58
4.15.	Hasil Uji Normalitas.....	59
4.16.	Hasil Uji Multikolonieritas.....	59
4.17.	Hasil Uji Heterokedastisitas	60
4.18.	Hasil Uji Linearitas Keputusan Pembelian & Harga	60
4.19.	Hasil Uji Linearitas Keputusan Pembelian & Promosi.....	60
4.20.	Hasil Uji Linieritas Keputusan Pembelian & Citra Merek	61
4.21.	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	61
4.22.	Hasil Uji F ANOVA.....	62

4.23. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	62
4.24. Hasil Uji Hipotesis	63



U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

DAFTAR GAMBAR

Tabel	Halaman
2.1. Model Rerangka Konseptual	29



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Tabel	Halaman
1. Kuesioner	71
2. Tabulasi Data.....	78
3. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	88
4. Hasil Uji Validitas	90
5. Hasil Uji Reliabilitas	93
6. Hasil Uji Normalitas.....	94
7. Hasil Uji Multikolonieritas	94
8. Hasil Uji Heterokesdastistas	95
9. Hasil Uji Koefisian Determinasi	95
10. Hasil Uji F Anova	95
11. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	96
12. Hasil Uji Hipotesis	96

U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA