

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN BUAVITA OLEH MAHASISWA
UNIVERSITAS MERCU BUANA REGULER 2 KAMPUS D
TAHUN 2018**

SKRIPSI

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



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**Nama : Witha Dainy Sulistio
NIM : 43115320074**

**Program Studi Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2018**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Witha Dainy Sulistio

NIM : 43115320074

Program Studi : S1 Manajemen

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, Juli 2018



Witha Dainy Sulistio

43115320074

U N I V E R S I T A S

MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Witha Dainy Sulistio
NIM : 43115320074
Program Studi : Manajemen – Strata 1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image* dan Harga Terhadap Keputusan
Pembelian Buavita Oleh Mahasiswa Universitas Mercu
Buana Reguler 2 Kampus D Tahun 2018
Tanggal Lulus Ujian : 14 Agustus 2018

Disahkan Oleh,

Pembimbing Skripsi,

Ketua Penguji



(Muhamad, SE., MM)



(Bambang Mulyana, Dr, M.Si.)

Tanggal :

Tanggal :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi



(Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA., CIPAS., CMA)

Tanggal : 16 Agustus 2018



(Dudi Permana, Ph.D)

Tanggal : 27 Agustus 2018

ABSTRACT

This research is to know the influence of brand image and price of purchase of the buavita Mercu Buana University students by regular 2 campus D in 2018. The object of this research is the consumer at Mercu Buana buavita Regular 2 Bekasi with a samples of 100 respondents. This research uses descriptive quantitative approach.

The analysis of the data used in this research are multiple linear regression analysis of the test, the results of this study indicate that prices have a significant influence and brand image is not significantly to purchasing decisions. This can be evidenced from the variables that support the hypothesis. Then the results of this research States that there are influences from the price of purchases at Mercu Buana buavita Regular 2 campus D in 2018

Keywords: brand image, price and purchase decisions



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

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh brand image dan harga terhadap keputusan pembelian buavita oleh mahasiswa universitas mercu buana reguler 2 kampus d tahun 2018. Objek penelitian ini adalah konsumen buavita di universitas Mercu Buana Regular 2 Bekasi dengan jumlah sampel 100 responden. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji analisis regresi linier berganda, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan dan *brand image* tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dibuktikan dari variabel yang mendukung hipotesis. Maka hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh dari harga terhadap keputusan pembelian buavita di universitas Mercu Buana Regular 2 kampus d tahun 2018.

Kata kunci : *brand image*, harga dan keputusan pembelian



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

KATA PENGANTAR

Puji serta rasa syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan kasih sayang-Nya yang tiada terkira kepada hamba-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “*Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Buavita Di Universitas Mercu Buana Regular 2 Bekasi 2018*”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta.

Tentunya keberhasilan penyusunan skripsi ini tak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Muhamad, SE.,MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat kepada peneliti. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan syukur Alhamdulillah atas kuasa Allah SWT yang telah mencurahkan anugerah-Nya dan peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

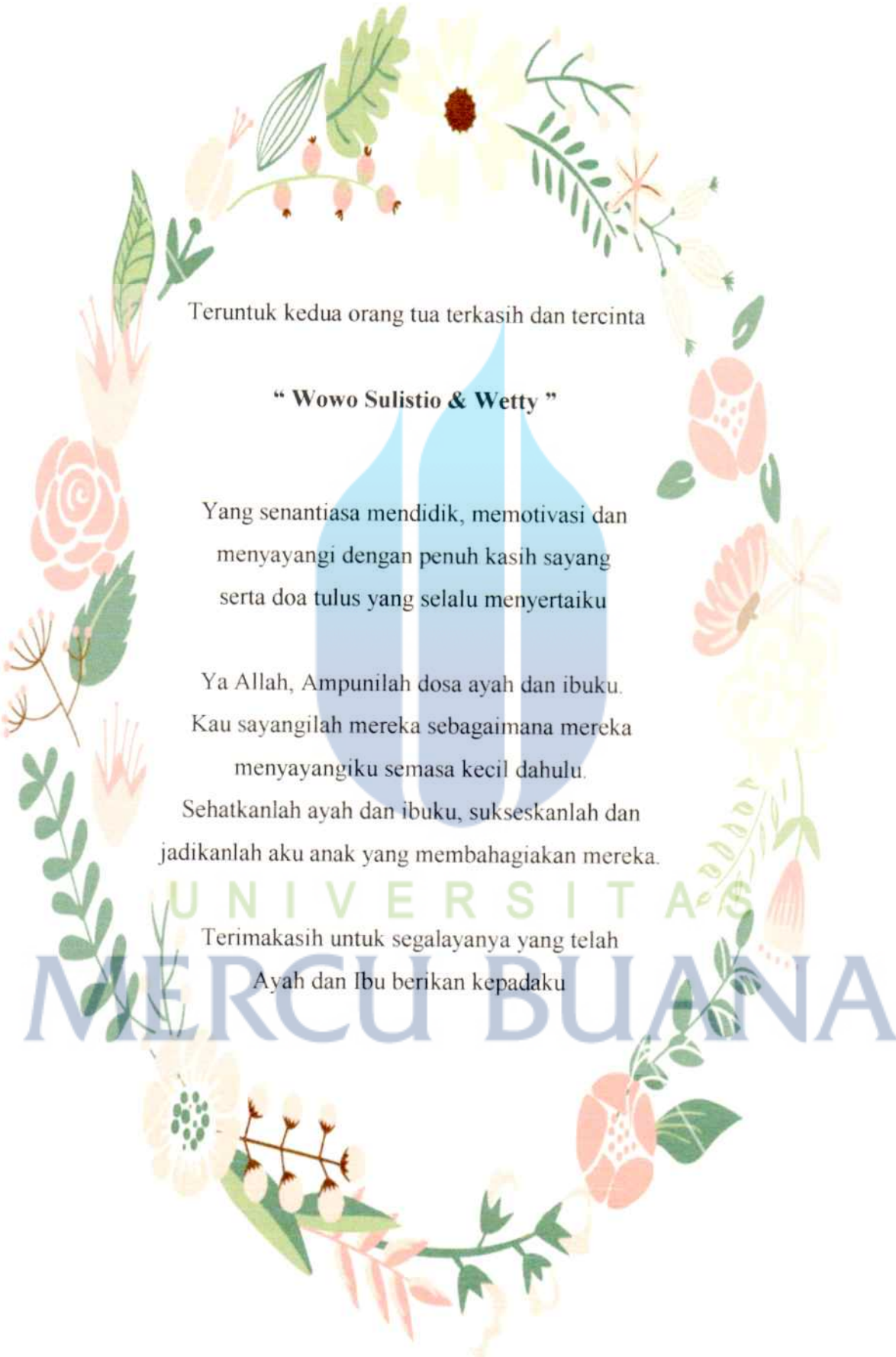
1. Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA., CIPAS., CMA, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dudi Permana, MM., Ph.D, selaku Ketua Program Studi S-1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Muhamad, SE.,MM selaku Sekretaris Program Studi S1-Manajemen Universitas Mercu Buana kampus D Kranggan, yang telah memberikan bimbingan dalam penelitian ini.
5. Dr. Bambang Mulyana, M.Si., dan Didih Setiabudi, SH., M.Si., selaku dosen penguji selama siding skripsi.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, terima kasih atas curahan ilmu yang Bapak dan Ibu berikan kepada peneliti.

7. Seluruh jajaran karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, atas kerja kerasnya melayani mahasiswa dengan baik dan meningkatkan citra Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
8. Ketiga adik tercinta yang telah memberikan semangat, doa, dukungan moral juga material yang tiada henti – hentinya kepada peneliti serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman di Universitas Mercubuana Kampus D khususnya FEB angkatan 2016.
10. Pihak-pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Hanya doa yang dapat peneliti panjatkan semoga Allah SWT berkenan membalas semua kebaikan Bapak, Ibu, Saudara dan teman-teman sekalian. Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya waktu, 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 diri, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini, kiranya hasil penelitian ini dapat memberi sumbangsih yang berharga bagi pengembangan ilmu manajemen pemasaran di Indonesia.

Jakarta, 18 Juli 2018

Witha Dainy Sulistio



Teruntuk kedua orang tua terkasih dan tercinta

“ Wowo Sulistio & Wetty ”

Yang senantiasa mendidik, memotivasi dan
menyayangi dengan penuh kasih sayang
serta doa tulus yang selalu menyertaiku

Ya Allah, Ampunilah dosa ayah dan ibuku.
Kau sayangilah mereka sebagaimana mereka
menyayangiku semasa kecil dahulu.

Sehatkanlah ayah dan ibuku, sukseskanlah dan
jadikanlah aku anak yang membahagiakan mereka.

Terimakasih untuk segalanya yang telah
Ayah dan Ibu berikan kepadaku

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
ABSTRACT.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR	v
KATA PERSEMBAHAN KEPADA ORANG TUA	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Tujuan dan Kontribusi penelitian	4
1. Tujuan Penelitian	4
2. Kontribusi Penelitian	4

U N I V E R S I T A S

BAB II KAJIAN TEORITIS, RERANGKA KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

A. Kajian Teoritis	6
1. <i>Brand Image</i>	6
a. Definisi <i>Brand Image</i>	6
b. Indikator <i>Brand Image</i>	7
2. Harga	8
a. Definisi Harga	8
b. Metode Penetapan Harga	9

c. Indikator Harga	10
d. Peranan Harga	11
3. Keputusan Pembelian	12
a. Definisi Keputusan Pembelian	12
b. Tahapan Keputusan Pembelian	13
4. Penelitian Terdahulu	15
B. Rerangka Konseptual	20
C. Pengembangan Hipotesis	22

BAB III METODE PENELITIAN

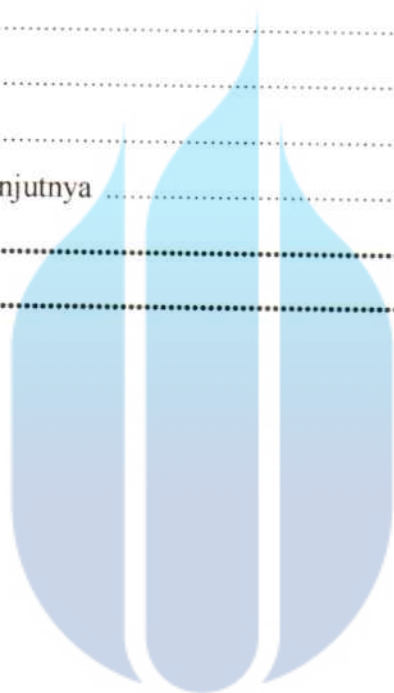
A. Waktu dan Tempat Penelitian	23
B. Desain Penelitian	23
C. Definisi dan Operasional Variabel	23
1. Definisi Variabel	23
2. Operasional Variabel	24
D. Pengukuran Variabel	25
E. Populasi dan Sampel Penelitian	26
1. Populasi Penelitian	26
2. Sampel penelitian	27
F. Teknik Pengumpulan Data	28
G. Metode Analisis	28
1. Statistik Deskriptif	28
2. Uji Kualitas Data	28
a. Uji Validitas	28
b. Uji Reliabilitas	29
3. Uji Asumsi Klasik	29
a. Uji Normalitas	30
b. Uji Multikolinearitas	30
c. Uji Heteroskedastisitas	31
4. Uji Kesesuaian Model	31

a. Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)	31
b. Uji Signifikansi-F (Anova)	32
5. Uji Analisis Regresi Linear Berganda	32
6. Uji Hipotesis (uji t)	33

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	34
1. Karakteristik Profil Responden	35
a. Deskripsi Responden Berdasarkan Gender	36
b. Deskripsi Responden Berdasarkan usia	36
c. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	37
d. Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan	37
B. Hasil Uji Statistik Deskriptif	38
1. Analisis Deskriptif <i>Brand Image</i>	38
2. Analisis Deskriptif Harga	40
3. Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian	41
C. Hasil Uji Kualitas Data	44
1. Hasil Uji Validitas	44
a. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i>	44
b. Hasil Uji Validitas Variabel Harga	45
c. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	45
2. Hasil Uji Reliabilitas	46
D. Hasil Uji Asumsi Klasik	47
1. Hasil Uji Normalitas	47
2. Hasil Uji Multikolinearitas	47
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	48
E. Hasil Uji Hipotesis	49
1. Hasil Uji Signifikansi-F (Anova)	50
2. Hasil Uji Analisis Regresi linear Berganda	50
3. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)	51

4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	52
F. Pembahasan Hasil Penelitian	53
1. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Kepuasan Pembelian Buavita.....	54
2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pembelian Buavita.....	54
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	55
B. Saran	55
1. Bagi Perusahaan	55
2. Bagi Peneliti Selanjutnya	55
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN	59



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

DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Hal
2.1	Penelitian Terdahulu	15
3.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	24
3.2	Instrumen Skala Likert	26
3.3	Populasi Mahasiswa di Universitas Mercu Buana Reguler 2.....	26
4.1	Distribusi Jawaban Responden Pada <i>Brand Image</i>	39
4.2	Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel Harga	40
4.3	Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel Keputusan Pembelian ..	42
4.4	Statistik Deskriptif	43
4.5	Hasil SPSS Validitas <i>Brand Image</i>	44
4.6	Hasil SPSS Validitas Harga	45
4.7	Hasil SPSS Validitas Keputusan Pembelian	45
4.8	Hasil SPSS Reliabilitas Seluruh Variabel	46
4.9	Hasil Uji Multikolinearitas	48
4.10	Hasil Uji F ANOVA.....	50
4.11	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	50
4.12	Hasil Uji t Hitung	52
4.13	Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	53

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

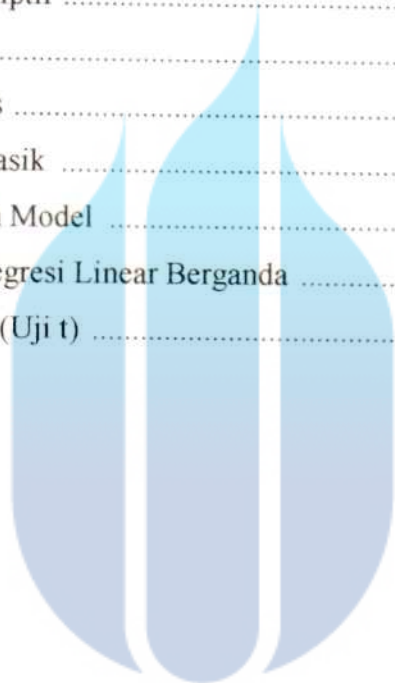
DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Hal
1.1	Hasil Pra Survey	3
2.1	Proses Keputusan Pembelian.....	12
2.2	Rerangka Pemikiran	22
4.1	Diagram Distribusi Berdasarkan Gender Responden	36
4.2	Diagram Distribusi Berdasarkan Usia Responden	36
4.3	Diagram Distribusi Berdasarkan Pekerjaan Responden	37
4.4	Diagram Distribusi Berdasarkan Penghasilan Responden	38
4.5	Diagram Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Brand Image</i>	39
4.6	Diagram Distribusi Jawaban Responden Variabel Harga	41
4.7	Diagram Distribusi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	42
4.8	Normal Probability Plot	47
4.9	Diagram Scatterplot	49

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

DAFTAR LAMPIRAN

Keterangan	Hal
Lampiran 1 Pra Kuesioner	59
Lampiran 2 Kuesioner	60
Lampiran 3 Hasil Kuesioner	64
Lampiran 4 Hasil Statistik Deskriptif	77
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas	78
Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas	81
Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik	82
Lampiran 8 Hasil Uji Kesesuaian Model	83
Lampiran 9 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	84
Lampiran 10 Hasil Uji Hipotesis (Uji t)	84



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