PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

(Studi pada Konsumen "Selalu Teh" PT. Foodinesia di Kabupaten Kutai Kartanegara Provinsi Kalimantan Timur)

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

MUHAMMAD FIKRI

43118010424

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2025

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

(Studi pada Konsumen "Selalu Teh" PT. Foodinesia di Kabupaten Kutai Kartanegara Provinsi Kalimantan Timur)

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta

MUHAMMAD FIKRI

43118010424

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2025

lib.mercubuana.ac.id

SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Fikri

NIM : 43118010424

Program Studi : Manajemen S1

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

Jakarta, 24 Februari 2025



Muhammad Fikri
NIM: 43118010424

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

	BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA	

No.Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama	: MUHAMMAD FIKRI
NIM	: 43118010424
Fakultas / Program Studi	: FEB / Manajemen
Jenis	: Skripsi
Judul Tugas Akhir	: PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi pada Konsumen "Selalu Teh" PT. Foodinesia di Kabupaten Kutai Kartanegara Provinsi Kalimantan Timur)
Hasil Pengecekan Turnitin	: 30%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **30%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk mengajukan sidang tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 03 September 2025
Kepala Biro Perpustakaan

Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk pendaftaran sidang Skripsi.

2025/September/03/0000000459/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama	:	Muhammad Fikri
NIM	:	43118010424
Program Studi	:	S1 Manajemen
Judul Skripsi	:	PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi pada Konsumen "Selalu Teh" PT. Foodinesia di Kabupaten Kutai Kartanegara Provinsi Kalimantan Timur)
Tanggal Sidang	:	22 Agustus 2025

Disahkan oleh :

Pembimbing

Anton Hindardjo, SE., MM., Ph.D

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis	Ketua Program Studi S1 Manajemen
Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA	Dudi Permana, Ph.D

UNIVERSITAS MERCU BUANA

LPTA-09255627

Scan QR or click here to Verification

lib.mercubuana.ac.id

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dudi Permana, Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Anton Hindardjo, SE., MM., Ph.D selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
5. Seluruh Dosen dan Staf Universitas Mercu Buana.
6. Keluarga tercinta yang selalu memberikan dukungan moral dan doa tanpa henti.
7. Teman-teman dan rekan-rekan yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung selama penyusunan skripsi ini.
8. Seluruh pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang telah memberikan doa, dukungan, dan nasihat sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 24 Februari 2025



Muhammad Fikri

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Muhammad Fikri
NIM	: 43118010424
Fakultas/Program Studi	: Fakultas Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian dengan Brand Image sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Konsumen "Selalu Teh" PT. Foodinesia di Kabupaten Kutai Kartanegara Provinsi Kalimantan Timur)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).
Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Jakarta, 24 Februari 2025
Yang menyatakan,



Muhammad Fikri

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

MUHAMMAD FIKRI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian dengan brand image sebagai variabel mediasi pada konsumen produk Selalu Teh PT. Foodinesia di Kabupaten Kutai Kartanegara. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis Partial Least Squares- Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi dan harga berpengaruh positif serta signifikan terhadap brand image. Brand image terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian serta memediasi pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian. Namun, pengaruh langsung promosi terhadap keputusan pembelian terbukti tidak signifikan, sedangkan harga berpengaruh positif meskipun lebih rendah dibandingkan brand image. Temuan ini menegaskan bahwa brand image merupakan faktor kunci yang memperkuat keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperkuat citra merek melalui strategi promosi yang lebih kreatif serta penetapan harga yang kompetitif. Secara akademis, penelitian ini berkontribusi sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya dengan menambahkan variabel lain yang relevan untuk memperkaya model keputusan pembelian.

Kata Kunci: Promosi, Harga, Brand Image, Keputusan Pembelian

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

THE INFLUENCE OF PROMOTION AND PRICE ON PURCHASING DECISIONS WITH BRAND IMAGE AS A MEDIATING VARIABLE (A Study of Selalu Teh Consumers of PT. Foodinesia in Kutai Kartanegara Regency, East Kalimantan Province)

MUHAMMAD FIKRI

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of promotion and price on purchasing decisions with brand image as a mediating variable on consumers of Selalu Teh PT. Foodinesia products in Kutai Kartanegara Regency. This study uses a quantitative method with Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) analysis techniques. The results show that promotion and price have a positive and significant effect on brand image. Brand image is proven to have a positive and significant influence on purchasing decisions and mediates the influence of promotion and price on purchasing decisions. However, the direct effect of promotion on purchasing decisions is proven to be insignificant, while price has a positive effect although lower than brand image. These findings confirm that brand image is a key factor that strengthens consumer purchasing decisions. Therefore, companies need to strengthen brand image through more creative promotional strategies and competitive pricing. Academically, this study contributes as a reference for further research by adding other relevant variables to enrich the purchasing decision model.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Keywords: *Promotion, Price, Brand Image, Purchase Decision*

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL....0
HALAMAN JUDUL....i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI....ii
HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN....iii
HALAMAN PENGESAHAN....iv
KATA PENGANTAR....v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB....vi
ABSTRAK....vii
ABSTRACT....viii
DAFTAR ISI....ix
DAFTAR TABEL....xi
DAFTAR GAMBAR....xii
DAFTAR LAMPIRAN....xiii
BAB I PENDAHULUAN....1
1.1 Latar Belakang Penelitian....1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian....3
1.3 Tujuan dan Kontribusi Penelitian....4
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS....6
2.1 Kajian Pustaka....6
2.2 Pengembangan Hipotesis....30
BAB III METODE PENELITIAN....32
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian....32
3.2 Desain Penelitian....32
3.3 Definisi dan Operasionalisasi Variabel....32
3.4 Skala Pengukuran Variabel....36
3.5 Populasi dan Sampel....37
3.6 Metode Pengumpulan Data....37
3.7 Metode Analisis Data....38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN....44
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian....44
4.2 Statistik Deskriptif....45
4.3 Hasil Analisis Data....46
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN....60
5.1 Kesimpulan....60

lib.mercubuana.ac.id

5.2 Saran.....61
DAFTAR PUSTAKA.....62
LAMPIRAN.....68

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....25
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....34
Tabel 3.2 Alternatif Jawaban pada Skala Likert.....36
Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....45
Tabel 4.2 Evaluasi Tabel.....47
Tabel 4.3 Outer Loading.....48
Tabel 4.4 Cross Loading.....51
Tabel 4.5 Hasil Uji Discriminant Validity (Fornell Larcker Criterion).....52
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Composite Reliability dan Cronbach's Alpha.....54
Tabel 4.7 Nilai Inner-model.....55
Tabel 4.8 Nilai R-Square.....56
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Hipotesis.....58

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Nilai dan Pertumbuhan PDB Industri Makanan dan Minuman Tahun 2010-2021 2
Gambar 1.2 Data Grafik Prasurvey Pertimbangan Konsumen Memilih Membeli Minuman di Selalu Teh 3
Gambar 2.1 Proses Perilaku Konsumen 6
Gambar 2.2 Tahapan Keputusan Pembelian 9
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran 31
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Foodinesia 45
Gambar 4.2 Diagram PLS Algoritma (Sesudah Eliminasi) 49
Gambar 4.3 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE) 53
Gambar 4.4 Output Diagram Dari Bootstrapping 58

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Pra Survey.....69
Lampiran 2. Hasil Kuesioner Pra Survey.....70
Lampiran 3. Kuesioner Penelitian.....71
Lampiran 4. Tabulasi Data Kuesioner Penelitian.....74

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id