

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK, DAN
PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA
PRODUK AIR MINUM ISOTONIK MIZONE**

(Studi kasus pada konsumen di Bandung)

SKRIPSI



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Nama : Husnul Hotimah
Nim : 43113120295

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA 2017

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK, DAN
PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA
PRODUK AIR MINUM ISOTONIK MIZONE**

(Studi kasus pada konsumen di Bandung)

SKRIPSI

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



Nama : Husnul Hotimah

Nim : 43113120295

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA 2017

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Husnul Hotimah

Nim : 43113120295

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutik dari orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenakan sangsi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (pejiplakan).

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta , 10 Februari 2017



**Husnul Hotimah
NIM : 4311 3120 295**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Husnul Hotimah
NIM : 43113120295
Program Studi : Manajemen S1
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada air minum Isotonik Mizone
(Studi kasus pada konsumen di Bandung)
Tanggal Lulus Ujian : 16 Maret 2017



Pembimbing Skripsi

Ketua Pengaji

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
(Dr. Tafiprios, SE.,MM)
Tanggal : 20 Maret 2017

Celep
(Dr. Cecep Winata M.Si)
Tanggal : 20 Maret 2017

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



(Dr. Harnovinsah, Ak.,M.Si.,CA.)
Tanggal : 20 Maret 2017

Ketua Program Studi Manajemen S1



(Dudi Permana, MM.,Ph.D)
Tanggal : 20 Maret 2017

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Isotonik Mizone (Studi Kasus Pada Konsumen di Bandung).**” Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercubuana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Dr. Tafiprios, SE, MM, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis haturkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Kedua orang tua tercinta beserta keluarga besar yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan semangat dan memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Ir Arissetyo Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak.,M.Si.,CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercubuana.
4. Bapak Dudi Permana, MM.,Ph.D selaku ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercubuana.
5. Bapak Mochamad Soelton, S.Psi., MM selaku Sekretaris 1 Program Studi S1 Manajemen.
6. Seluru dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercubuana yang telah memberikan segenap ilmunya.
7. Teman satu bimbingan dalam mencari referensi yaitu Meiliza Amanda dan Reni yang sudah membantu dan mendukung serta memberi semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Pihak – pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

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

Jakarta, 10 Februari 2017

Husnul Hotimah



DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	10
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	11
1. Tujuan Penelitian	11
2. Kontribusi Penelitian	11
 BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIAN DAN HIPOSI	
A. Kajian Pustaka	13
1. Pengertian Manajemen	13
2. Manajemen Pemasaran	13
3. Harga	18
4. Citra merek	26
5. Promosi	32

6. Minat beli	37
B. Kerangka Pemikiran	43
C. Hipotesis	43
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Waktu dan Tempat Penelitian	46
B. Desain Penelitian	46
C. Definisi dan Operasional Variabel	47
1. Definisi Variabel	47
2. Operasioal Variabel	47
D. Pengukuran Variabel	49
E. Populasi dan Sampel Penelitian	50
1. Populasi Penelitian	50
2. Sampel Penelitian	50
F. Teknik Pengumpulan Data	51
G. Metode Analisis	52
1. Statistik Deskriptif	52
2. Uji Kualitas Data	52
a. Uji Validitas	52
b. Uji Reabilitas	53
3. Uji Asumsi Klasik	54
a. Uji Normalitas	54
b. Uji Multikolonieritas	55
c. Uji Heteroskedastisitas	55
4. Uji Analisis Regresi Linear Berganda	56

5. Uji Hipotesis	56
------------------------	----

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	59
1. Tempat dan Waktu Penelitian	59
2. Karakteristik Profil Responden	60
a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	62
c. Deskripsi Respoonden Berdasarka Pendidikan	62
d. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan	63
B. Hasil Uji Statistik Deskriptif	64
C. Hasil Uji Kualitas Data	66
1. Hasil Uji Validitas	66
2. Hasil Uji Reabilitas	69
D. Hasil Uji Asumsi Klasik	69
E. Hasil Uji Analisis Linier Berganda	75
F. Hasil Uji Hipotesis	78
1. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	78
2. Hasil Signifikan Simultan (Uji Statistik F)	79
3. Hasil Signifikan Parameter Individu (Uji Statistik t)	81

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan Penelitian	84
B. Saran	84

DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN	89



DAFTAR TABEL

1.1 Data Penjualan PT. TIRTA VARIA INTIPRATAMA	2
1.2 Harga Minuman Isotonik	4
1.3 Top Brand Index Air Minuman Isotonik	6
2.1 Penelitian Terdahulu	40
3.1 Operasional Variabel	48
3.2 Skala Liker	50
4.1 Hasil Uji Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
4.2 Hasil Uji Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	62
4.3 Hasil Uji Deskripsi Berdasarkan Pendidikan Terakhir	63
4.4 Hasil Uji Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan	64
4.5 Hasil Uji Statistik Deskriptif	65
4.6 Hasil Uji Validitas Persepsi Harga	67
4.7 Hasil Uji Validitas Citra Merek	67
4.8 Hasil Uji Validitas Promosi	68
4.9 Hasi Uji Validitas Minat Beli	68
4.10 Hasil Uji Reliabel Variabel	69
4.11 Hasi Uji Normalitas	72
4.12 Hasi Uji Multikolonieritas	73
4.13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	76
4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	78
4.15 Hasil Uji Statistik F	80
4.16 Hasil Uji Statistik t	82

DAFTAR GAMBAR

1.1 Contoh Slogan Iklan Mizone	8
2.1 Marketing Mix	17
2.2 Model Persepsi Harga	22
2.3 Kerangka Pemikiran	43
4.1 Uji Normalisasi	71
4.2 Uji Heteroskedastisitas	75

