

**PENGARUH PENETAPAN HARGA, CITRA PERUSAHAAN
DAN *PUBLIC FIGURE* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PAKET UMROH
(Studi Kasus Pada PT. Travelindo Lusiyanana di Jakarta)**

SKRIPSI

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



Nama : Widodo Yudi Stiawan

Nim : 43112110100

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

2017

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Widodo Yudi Stiawan

Nim : 43112110100

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil 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 ini apabila terbukti melakukan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

MERCU BUANA

Jakarta, 22 Agustus 2017



Widodo Yudi Stiawan

NIM : 43112110100

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

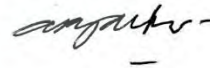
Nama : Widodo Yudi Stiawan
Nim : 43112110100
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Penetapan Harga, Citra Perusahaan, dan *Public Figure* Terhadap Keputusan Pembelian Paket Umroh PT. Travelindo Lusiwana.

Tanggal Lulus Ujian : 19 September 2017

Disahkan Oleh :

Pembimbing,

Ketua Penguji,



Yennida Parmariza, S.Sos., MM

Agus Ariyanto, SE., MM

Tanggal :

25 SEPT 2017

Tanggal : 25-09-2017

Dekan,

Ketua Program Studi
S1 Manajemen,



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

Dudi Permana, MM., Ph.D

Tanggal : 25 Sept 2017

Tanggal : 25/9 2017

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Penetapan Harga, Citra Perusahaan, dan *Public Figure* terhadap Keputusan Pembelian Pakat Umroh PT. Travelindo Lusiyan Jakarta”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang berarti dari berbagai pihak, khususnya Ibu Yennida Parmariza, S.Sos., MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi terutama kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, MM., Ph.D, selaku Ketua Program Studi Strata 1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Mochamad Soelton, S.Psi., MM, selaku Sekretaris 1 Program Studi Strata 1 Manajemen Universitas Mercu Buana.

5. Ibu Ryani Dhyani Parashakti, SE., MM, selaku Sekretaris 2 Program Studi Strata 1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
6. Kepada dosen penguji, terimakasih atas saran serta masukannya sehingga tugas akhir yang penulis buat menjadi layak untuk disajikan.
7. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
8. Ucapan terima kasih yang tiada akhir, untuk Ayahanda Amiruddin dan Ibunda Muntamah, kedua orang tua yang tiada hentinya selalu mendoakan penulis, serta kakak-kakak dan adikku berkat doa dan dukungan merekalah yang selalu membangkitkan harapan penulis.
9. Istriku tercinta Fitri Juliani dan Putra Putriku Achmad Rayhan Habibullah serta Azela Evelyn Zuyyin yang selalu memberikan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman kuliah jurusan manajemen baik yang sudah menyelesaikan studi maupun yang masih berjuang menyelesaikan studinya, yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.
11. Pihak-pihak lain yang tidak dapat di sebutkan satu persatu terima kasih atas dukungan informasi 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

kritikan yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 22 Agustus

2017

Widodo Yudi

Stiawan



SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv

DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang Penelitian	1
1.2.Rumusan Masalah Penelitian	13
1.3.Tujuan dan Kontribusi Penelitian	13
1.3.1. Tujuan Penelitian	13
1.3.2. Kontribusi Penelitian	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	15
2.1. Manajemen Pemasaran	15
2.2. Harga	17
2.2.1. Pengertian Harga	18
2.2.2. Dasar Panetapan Harga	21
2.2.3. Tujuan Penetapan Harga	23
2.3. Citra Perusahaan	24
2.3.1. Pengertian Citra dan Macam-macam Citra	24
2.3.2. Dimensi-Dimensi dalam Pembentukan Citra	26
2.3.3. Pengertian Citra Perusahaan	29
2.4. <i>Public Figure</i> (Publik Figur)	30
2.4.1. Pengertian <i>Public Figure</i>	30
2.4.2. Beberapa Pengaruh Positif dari <i>Public Figure</i>	30

2.4.3. <i>Brand Ambassador</i> dan <i>Celebrity Endorser</i>	31
2.4.4. Indikator <i>Celebrity Endorsment</i>	33
2.5. Pengambilan Keputusan Pembelian	34
2.6. Penelitian-Penelitian Terdahulu	39
2.7. Hubungan Antar Variabel	41
2.7.1. Hubungan Antara Penetapan Harga dengan Keputusan Pembelian	41
2.7.2. Hubungan Antara Citra Perusahaan dengan Keputusan Pembelian	41
2.7.3. Hubungan Antara <i>Public Figure/Brand Ambassador</i> dengan Keputusan Pembelian	42
2.8. Rerangka Konseptual	42
2.9. Hipotesis	43
BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1. Waktu dan Tempat Penelitian	44
3.2. Desain Penelitian	44
3.3. Definisi dan Operasional Variabel	44
3.3.1. Definisi Variabel (<i>Naratif Definition</i>)	44
3.3.2. Definisi Operasional (<i>Operational Definition</i>)	46
3.4. Populasi dan Sampel Penelitian	48
3.4.1. Populasi	48
3.4.2. Sampel	48

3.5. Teknik Pengumpulan Data	50
3.5.1. Pengukuran Variabel	50
3.5.2. Skala Pengukuran	50
3.6. Metode Analisis	51
3.6.1. Penelitian Deskriptif	51
3.6.2. Penelitian Pengujian Hipotesis	52
3.6.2.1. Uji Kualitas Data	52
3.6.2.2. Uji Asumsi Klasik	55
3.6.2.3. Uji Analisis Regresi Berganda	58
3.6.2.4. Pengujian Hipotesis	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	63
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	63
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan	63
4.1.1. Visi dan Misi Perusahaan	64
4.2. Statistik Deskriptif	65
4.2.1. Hasil Penelitian	73
1. Uji Validitas	73
2. Uji Reliabilitas	76
3. Uji Asumsi Klasik	77
1. Uji Normalitas terhadap residual	78
2. Uji Multikolinearitas	79
3. Uji Heterokedastisitas	80

4.	Analisis Regresi Linear Berganda	81
4.3.	Pengujian Hipotesis	82
4.3.1.	Uji Kelayak Model (Uji F)	82
4.3.2.	Uji t	83
4.3.3.	Kofisien Determinasi (R square)	85
4.3.4.	Pembahasan	85
a)	Pengaruh Penetapan Harga terhadap Keputusan Pembelian	86
b)	Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Keputusan Pembelian	87
c)	Pengaruh <i>Public Figure</i> terhadap Keputusan Pembelian	87
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	89
5.1.	Simpulan	89
5.2.	Saran	90
	DAFTAR PUSTAKA	92
	LAMPIRAN	96

DAFTAR TABEL

No	Keterangan	Halaman
Tabel		
1.1	Daftar Tunggu Keberangkatan Haji	6
1.2	Perkembangan Keberangkatan Ibadah Umroh PT. Travelindo Tour dari Tahun 2009 sd 2015	10
2.2	Penelitian-Penelitian Terdahulu	39
3.1	Definisi Operasional	46
3.2	Skala Likert	51
3.3	Indeks Reliabilitas dan Interpretasinya	55
4.1	Karakteristik Jenis Kelamin Responden	66
4.2	Karakteristik Usia Responden	66
4.3	Karakteristik Pendidikan Akhir Responden	67
4.4	Karakteristik Pekerjaan Responden	67
4.5	Deskriptif pernyataan Responden Mengenai (X1) Penetapan Harga	69
4.6	Deskriptif pernyataan Responden Mengenai (X2) Citra Perusahaan	70
4.7	Deskriptif pernyataan Responden Mengenai (X3) <i>Public Figure</i> .	71
4.8	Deskriptif pernyataan Responden Mengenai (Y) Keputusan Pembelian	72
4.9	Validitas Variabel Penetapan Harga	74

4.10	Validitas Variabel Citra Perusahaan	74
4.11	Validitas Variabel <i>Public Figure</i>	75
4.12	Validitas Variabel Keputusan Pembelian	76
4.13	Hasil Uji Reliabilitas	76
4.14	Hasil Pengujian <i>Normalitas One-sampel Kolmogorov-Smirnov</i>	78
4.16	Hasil Uji Multikoloniaritas	79
4.18	Analisis Regresi Linear Berganda	81
4.19	Hasil Uji Kelayakan model (Uji F)	83
4.20	Hasil Uji t	83
4.21	Hasil Uji Koefisien Determinasi	85



DAFTAR GAMBAR

No	Keterangan	Halaman
Gambar		
2.1	Proses Pembelian Konsumen Model Lima Tahap	38
2.3	Rerangka Pemikiran Konseptual	43
4.15	Histogram Dependent Variable : Keputusan pembelian.....	79
4.17	Uji Heterokedastisitas	80

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Keterangan	Halaman
Lampiran 1	Kuesioner	96
Lampiran 2	Rekapitulasi Hasil Jawaban Kuesioner	102
Lampiran 3	Tabel Hasil Karakteristik Responden	114
Lampiran 4	Karakteristik Responden Penelitian	118
Lampiran 5	Hasil Pernyataan Responden	119
Lampiran 6	Hasil Uji Validitas	128
Lampiran 7	Hasil Uji Reliabilitas	133
Lampiran 8	Hasil Uji Asumsi Klasik	136
Lampiran 9	Uji Hasil Analisis Persamaan Regresi Linear Berganda dan Koefisien Determinan	138
Lampiran 10	Hasil Uji F dan Uji t	139



UNIVERSITAS
MERCU BUANA