

**PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PT.  
GLOBAL TIKET NETWORK**

**SKRIPSI**



**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**  
Nama : Wiyono  
NIM : 43117010180

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2021**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Wiyono  
NIM : 43117010180  
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 tindakan plagiat (penjiplak).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 27 Oktober 2021

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



Wiyono

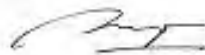
NIM: 43117010180

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Wiyono  
NIM : 43117010180  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PT. GLOBAL TIKET  
NETWORK  
Tanggal Sidang : 27 Oktober 2021

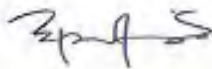
Disahkan oleh :

Pembimbing



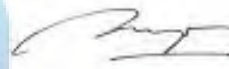
Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA 02220914

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



Please Scan QRCode to Verify

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi ini sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana di Universitas Mercu Buana Jakarta dengan judul **“PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PT. GLOBAL TIKET NETWORK”**.

Peneliti 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. H. Sonny Indrajaya, Ir., MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat yang tiada hentinya, motivasi, saran, serta waktu luang selama bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti demi terselesaikannya proposal skripsi ini.

Selama proses penelitian dan penyusunan proposal skripsi ini, peneliti banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik dari segi bimbingan, saran, maupun dorongan moril serta materil sehingga proposal penelitian ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti ucapkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah mencurahkan anugerah-Nya dan dengan segala kerendahan hati peneliti

ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip, MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas MercuBuana.
3. Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, Ir., MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas MercuBuana serta Dosen Pembimbing saya sendiri yang telah sabar membimbing dan memberikan semangat serta saran-saran dan motivasi kepada peneliti sehingga proposal skripsi ini dapat tersusun.
4. Bapak Eri Marlapa, SE, MM selaku Sekretaris I Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada peneliti.
6. Kedua orang tua tersayang Bapak Wahyono dan Ibu Rasmini, Kedua kakak saya Munandiroh dan Guntur Ahmad Fadli, dan juga partner saya Nana Dhewi Yuliana atas doa dan motivasi yang diberikan, dorongan dan pengertian yang tidak ternilai harganya baik dukungan moril dan materil.
7. Teman seperjuangan saya Muammar Khadafi, Filza Naufal Azkia, Ilham Abdillah, Safitri Hanjani, dan Desi Suryani serta seluruh penghuni Barber Puri, Trotoar Bywi, Bengkel Redup dan Om Bobby yang selalu membantu

dan memotivasi peneliti dalam mengerjakan proposal skripsi ini serta selalu mendengarkan keluh kesah peneliti.

8. Serta seluruh mahasiswa Universitas Mercubuana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2017, terimakasih sudah menjadi motivasi dan dorongan untuk mengerjakan proposal skripsi ini.
9. Pihak-pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doa yang telah diberikan.

Dengan segenap hati, penulis menyadari sepenuhnya bahwa Skripsi ini masih jauh dari kriteria yang sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman serta pengetahuan yang dimiliki peneliti dalam membuat proposal Skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang bersifat membangun dari berbagai pihak. Semoga proposal Skripsi ini dapat 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, 27 Oktober 2021



Wiyono

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian .....	12
D. Kontribusi Penelitian .....	13
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b> .....	<b>14</b>
A. Kajian Pustaka .....	14
1. Manajemen Pemasaran .....	14
2. Promosi.....	16
3. Persepsi Harga .....	20
4. Citra Merek.....	26
5. Keputusan Pembelian .....	29
6. Penelitian Terdahulu.....	33
B. Pengembangan Hipotesis .....	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>40</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	40
B. Desain penelitian .....	40
C. Definisi dan Operasional Variabel .....	41
1. Definisi Variabel.....	41
2. Definisi Operasional Variabel .....	42

D. Skala Pengukuran Variabel .....	47
E. Populasi dan Sampel Penelitian .....	48
1. Populasi penelitian.....	48
2. Sampel penelitian.....	48
F. Jenis dan Data penelitian .....	49
G. Teknik Pengumpulan Data .....	49
H. Metode Analisis Data .....	50
1. IBM SPSS <i>Statistic</i> 23 .....	51
2. Uji Instrumen .....	52
3. Analisis Partial Least Square .....	53
4. Langkah-langkah Pengujian Analisis PLS .....	54
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>58</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	58
B. Statistik Deskriptif.....	58
1. Deskripsi Responden.....	59
2. Deskripsi Variabel.....	62
C. Hasil Analisis Data <i>Partial least Square (PLS)</i> .....	67
1. Evaluasi Uji Model Pengukuran (Outer Model) .....	67
2. Pengujian Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	76
D. Pembahasan Hasil Penelitian .....	80
1. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	80
2. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	81
3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	82
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>84</b>
A. Simpulan.....	84
B. Saran .....	84
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>87</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>94</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan Tiket Pesawat dan Hotel .....	4
Tabel 1. 2 Perbandingan Harga.....	8
Tabel 1. 3 Pra Survey .....	10
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	33
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	43
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	44
Tabel 3. 3 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	44
Tabel 3. 4 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	46
Tabel 3. 5 Instrument Skala Likert.....	47
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden .....	59
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	59
Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden .....	60
Tabel 4. 4 Tingkat Pendidikan Responden .....	61
Tabel 4. 5 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Promosi.....	62
Tabel 4. 6 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Persepsi Harga .....	63
Tabel 4. 7 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Citra Merek .....	64
Tabel 4. 8 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	65
Tabel 4. 9 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Sebelum Modifikasi) ` .....	69
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> .....	71
Tabel 4. 11 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE).....	72
Tabel 4. 12 Hasil Uji Discriminant Validity (Cross Loading).....	73
Tabel 4. 13 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	74
Tabel 4. 14 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> ( <i>Fornell Larcker Critetion</i> ).....	74
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> .....	76
Tabel 4. 16 Hasil Uji Nilai R-Square ( $R^2$ ) .....	77
Tabel 4. 17 Hasil Pengujian Hipotesis .....	79

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 2 Data penggunaan Internet di Indonesia.....	2
Gambar 1. 3 Jumlah Kedatangan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia.....	4
Gambar 1. 4 Perbandingan Akun Sosial Media Instagram.....	7
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....	39
Gambar 4. 1 Hasil Algoritma PLS (Sebelum Modifikasi).....	68
Gambar 4. 2 Hasil Algoritma PLS (setelah modifikasi) .....	70
Gambar 4. 3 Hasil Uji Bootstrapping.....	80



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	94
Lampiran 2 Hasil Output SPSS 2021.....	98
Lampiran 3 Hasil Olah Data PLS.....	102

