

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
TEH BOTOL SOSRO**

SKRIPSI



Nama : Aryadi Vinanda

Nim : 43114010017

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2021

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
TEH BOTOL SOSRO**

SKRIPSI

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



Nama : Aryadi Vinanda

Nim : 43114010017

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2021

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aryadi Vinanda
NIM : 43114010017
Program Studi : SI 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 (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini, saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, Maret 2021



Aryadi Vinanda
43114010017

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Aryadi Vinanda
NIM : 43114010017
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap
Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro

Tanggal Lulus Ujian : 10 Maret 2021

Disahkan Oleh :


Pembimbing Skripsi,



Dr. Zulfitri, MS, MM

Tanggal :

Ketua Penguji,



Yennida Parmariza, S.sos, MM.

Tanggal :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



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

Tanggal :

Ketua Program Studi
S1 Manajemen,



Dr. Daru Asih, M.Si.

Tanggal :

KATA PENGANTAR

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

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. Zulfitri, MS, MM.** selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat yang tiada hentinya serta waktu luang selama bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti demi terselesaikannya skripsi penelitian ini.

Selama proses penelitian dan penyusunan skripsi penelitian ini, peneliti banyak menerima bantuan dari berbagai pihak yang telah membantu sehingga penelitian ini dapat diselesaikan. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini 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. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak.,M.Si., CA., CIPSAS., CMA., CSRS. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Daru Asih, M.Si selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Kedua orangtua dan keluarga tercinta yang menjadi motivasi terbesar yang selalu memberikan doa, dorongan inspirasi dan pengertian yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik moril maupun materil.
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 kepada peneliti.
6. Pihak-pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Dengan kerendahan hati, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena nya, mohon saran yang membangun dari segenap pembaca, sehingga diharapkan demi perbaikan penelitian dimasa yang akan datang. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam penelitian ini.

Jakarta, Februari 2021

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	11
A. KAJIAN PUSTAKA	11
1. Manajemen Pemasaran	11
2. Keputusan pembelian	14
3. Citra Merek.....	20
4. Harga	22
5. Promosi.....	27
6. Hubungan Antar Variabel.....	34
7. Rerangka Konseptual.....	36
B. HIPOTESIS	37
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Waktu dan Tempat Penelitian	38
B. Desain Penelitian	38
C. Definisi dan Operasional Variabel	39
D. Skala Pengukuran Variabel	42
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	42

	F. Teknik Pengumpulan Data	44
	G. Jenis Data Penelitian.....	45
	H. Metode Analisis Data	45
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	50
	A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50
	B. Karakteristik Responden	51
	C. Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel	56
	D. Metode Analisis Data <i>Partial Least Square</i>	61
	1. <i>Evaluasi Measurement (Outer Model)</i>	61
	E. Pembahasan Hasil Penelitian.....	72
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	75
	A. Kesimpulan.....	75
	B. SARAN.....	76
DAFTAR PUSTAKA		78
LAMPIRAN		81

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1. 1	DATA <i>Top Brand Index</i> Kategori <i>Ready to Drink Tea</i> Periode 2016 - 2019.....	2
1. 2	Data Penjualan Teh Botol Sosro	4
1. 3	Data harga Produk Teh Botol Sosro dan Teh Pucuk Harum pada tahun 2019.....	5
1. 4	Hasil Penyebaran Prasurey.....	8
2. 1	Penelitian Terdahulu	32
3. 1	Operasional variabel.....	40
3. 2	Instrumen Skala Likert.....	42
3. 6	Pengujian Hipotesis.....	47
4. 1	Jenis Kelamin	50
4. 2	Usia.....	50
4. 3	Pendidikan Terakhir	51
4. 4	Pendapatan Perbulan	52
4. 5	Jenis Pekerjaan	53
4. 6	Lama Bekerja	54
4. 7	Jabatan.....	54
4. 8	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Citra Merek.....	56
4. 9	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Harga	57
4. 10	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Promosi.....	57
4. 11	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	58
4. 12	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	60
4. 13	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	62
4. 14	Hasil Pengujian <i>AVE</i>	64
4. 15	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Fornell Larcker Criterion)</i> ..	64
4. 16	Hasil Uji <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	65
4. 17	Hasil Uji Nilai <i>R-Square</i>	66
4. 17	Hasil Pengujian Hipotesis	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2. 1	Tahapan-Tahapan Keputusan Pembelian	27
2. 2	Model Hubungan Variabel	37
4. 1	Hasil Algorithm <i>PLS</i>	61
4. 2	Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	68



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner.....	77
2	Hasil <i>Output SPSS</i>	82
3	Hasil <i>Output PLS</i>	85

