

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP MINAT BELI**

(Studi Pada Produk Air Kemasan Le Minerale Di DKI Jakarta)

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Nama : Johan Supriyono

NIM : 43118110167

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

2022

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP MINAT BELI
(Studi Pada Produk Air Kemasan Le Minerale di DKI Jakarta)**

SKRIPSI

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



Nama : Johan Supriyono

NIM : 43118110167

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

2022

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Johan Supriyono

NIM : 43118110167

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, 14 Januari 2023



UNIVERSI
MERCU BUANA

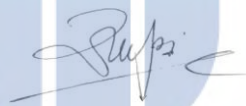
Johan Supriyono
NIM : 43118110167

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Johan Supriyono
NIM : 43118110167
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP
MINAT BELI (Studi Pada Produk Air Kemasan Le
Minerale Di DKI Jakarta)
Tanggal Sidang : 30 November 2022

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Zulfitri, MP., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ketua Program Studi S1
Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA 01232049



Please Scan QRCode to Verify

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Promosi Terhadap Minat Beli (Studi Pada Produk Air Kemasan Le Minerale Di DKI Jakarta)”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan bapak Dr. Zulfitri, MP., M.M yang telah memberikan saran, waktu, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat kepada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M. Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
3. Dr. Sonny Indrajaya, MM Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
5. Kedua Orang Tua yang sangat penulis cintai dan sayangi yang juga telah membesarkan dan mendidik serta memberi dukungan dan doa yang tiada hentinya kepada penulis.

6. Kepada sahabat seperjuangan, terima kasih untuk selalu memberikan semangat dan doa yang luar biasa kepada penulis. Dan seluruh pihak yang belum disebutkan namanya di dalam skripsi ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 05 Desember 2022



Johan Supriyono
NIM : 43118110167

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Kontribusi Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN	
HIPOTESIS.....	12
A. Kajian Pustaka	12
1. Manajemen Pemasaran.....	12
a. Pengertian Pemasaran.....	12
b. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	13
c. Proses Manajemen Pemasaran	15
2. Minat Beli	17
a. Pengertian Minat Beli.....	17
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli	18
c. Aspek-Aspek Minat Beli	19
d. Dimensi dan Indikator Minat Beli.....	19
3. Citra Merek	20
a. Pengertian Citra Merek	20
b. Faktor – faktor yang Mempengaruhi Citra Merek	21

c. Dimensi dan Indikator Citra Merek.....	22
4. Harga.....	23
a. Pengertian Harga.....	23
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga.....	24
c. Dimensi dan Indikator Harga.....	26
5. Promosi.....	27
a. Pengertian Promosi.....	27
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Promosi.....	28
c. Tujuan Promosi.....	29
d. Dimensi dan Indikator Promosi.....	30
6. Penelitian Terdahulu.....	31
B. Pengembangan Hipotesis.....	35
1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli.....	35
2. Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli.....	36
3. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli.....	37
4. Kerangka Konseptual.....	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	39
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	39
B. Desain Penelitian.....	39
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	40
1. Definisi Variabel.....	40
2. Definisi Operasional Variabel.....	41
D. Skala Pengukuran Variabel.....	43
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	44
1. Populasi.....	44
2. Sampel.....	44
3. Teknik Pengambilan Sampel.....	45
F. Teknik Pengumpulan Data.....	46
G. Metode Analisis Data.....	46
1. Statistik Deskriptif.....	47
2. Uji Model Pengukuran atau <i>Outer Model</i>	48

3. Uji Model Struktural atau <i>Inner Model</i>	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	52
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	52
B. Statistik Deskriptif.....	53
1. Deskripsi Responden.....	53
2. Deskripsi Variabel.....	58
C. Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS)	63
1. Evaluasi Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	63
2. Evaluasi Uji Model Struktural atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)	71
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	75
1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli.....	76
2. Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli	77
3. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli	78
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	80
A. Simpulan	80
B. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	87

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Daftar Perusahaan AMDK di Indonesia	4
1.2	<i>Top Brand Index</i> Air Minum Dalam Kemasan	5
1.3	Daftar Harga AMDK di Wilayah DKI Jakarta.....	6
1.4	Akun Resmi Media Promosi Online Le Minerale.....	8
1.5	Pra Survei Penelitian	9
2.1	Penelitian Terdahulu	32
3.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	42
3.2	Skala Likert	43
3.3	Perhitungan Sampel.....	45
4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
4.2	Responden Berdasarkan Status	54
4.3	Responden Berdasarkan Usia.....	54
4.4	Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
4.5	Responden Berdasarkan Jabatan	56
4.6	Responden Berdasarkan Pendapatan.....	56
4.7	Responden Berdasarkan Wilayah.....	57
4.8	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Citra Merek	58
4.9	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Harga	59
4.10	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Promosi.....	61
4.11	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Minat Beli	62
4.12	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	65
4.13	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi).....	66
4.14	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i>	68
4.15	Hasil Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	69
4.16	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Fornell Larcker Criterion)</i>	70
4.17	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	71
4.18	Hasil Uji Nilai <i>R-Square (R²)</i>	72
4.19	Hasil <i>Predictive Relevance (Q²)</i>	73
4.20	Hasil Pengujian Hipotesis	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Data Volume Penjualan AMDK 2011-2021	2
1.2	Persentase Rumah Tangga dengan Air Minum Layak di Indonesia (2011-2021).....	3
2.1	Kerangka Konseptual	38
4.1	Hasil Algoritma PLS	61
4.2	Hasil Algoritma PLS (Modifikasi).....	66
4.3	Hasil Uji <i>Boostrapping</i>	75



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Keterangan	Halaman
1.	Kuesioner	87
2.	Jawaban Responden	92
3.	Hasil Output Smart PLS	110

