

**ANALISIS PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI COFFEE
SHOP ZOO COFFEE KRANGGAN**

SKRIPSI



Nama : Rendi Sunteba

NIM : 43118210023

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

2022

**ANALISIS PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI COFFEE SHOP ZOO
COFFEE KRANGGAN**

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



Nama : Rendi Sunteba

Nim : 43118210023

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

2022

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Rendi Sunteba
NIM : 43118210023
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Harga, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian di Coffee Shop Zoo Coffee Kranggan
Tanggal Sidang : 9 Agustus 2022

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dra. Yanti Murni, MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

MERCU BUANA
LPTA 09221615



Please Scan QRCode to Verify

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rendi Sunteba

NIM 43118210023

Program Studi : 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).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Bekasi, 23 Juli 2022



Rendi Sunteba
43118210023

KATA PENGHANTAR

Alhamdullilah, segala puja dan puja marilah senantiasa kita ucapkan atas limpahkan rahmat dan nikmatnya sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“ANALISIS PENGARUH HARGA, PROMOSI, CITRA MERK DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN DI COFFEE SHOP ZOO COFFEE KRANGGAN”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan Proposal skripsi penelitian ini tidak lepas bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya kepada Dra. Yanti Murni., MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, pengetahuan, semangat dan nasehat-nasehat yang telah memberikan diberikan kepada peneliti. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti ucapkan Alhamdulilah atas kekuatan Allah Subhanahu Wa Ta’ala yang telah mencerahkan anugrah -Nya dan ingin berterima kasih pada pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Dr. Harwikarya, MT, selaku Rektor Universitas Mercu Bu- ana.
2. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Eri Marlapa SE, MM selaku Sekretaris Program Studi S1Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana

5. Ibu Dra. Vanti Murni, MM selaku dosen Pembimbing Penulis, yang telah memberikan masukan dan saran yang sangat berans untuk perbaikan skripsi ini.
6. Bapak Dharma Putra, Drs., MM selaku dosen metodologi penelitian, yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat dalam pengajaran skripsi ini.
7. Seluruh Dosen dan Staf Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercubuana yang telah memberikan segenap ilmunya kepada peniliti.
8. Keluarga, Orang tua, Adik dan Kakak saya tercinta yang telah memberikan bantuan do'a, dukungan, semangat, apresiasi dan material lainnya kapada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Yasmin Aulia Azzahra, yang telah memberikan bantuan do'a, dukungan, semangat, apresiasi dan material lainnya dan juga meneman saya menulis skripsi ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki peneliti. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, peneliti puji Tuhan jika ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

MERCU BUANA

Bogor, 13 Juli 2021



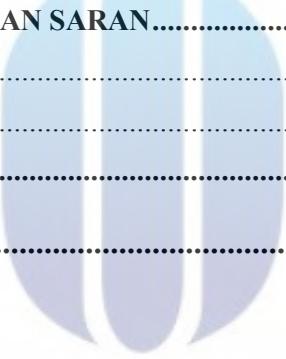
Rendi Sianieba

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGHANTAR	vi
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Kontribusi Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	12
A. Kajian Pustaka	12
2. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	12
3. Konsep Manajemen Pemasaran	13
a. Keputusan Pembelian	14
b. Harga	18
c. Promosi	22
d. Citra Merek	26
4. Penelitian Terdahulu.....	31
B. Kerangka Pemikiran	35
C. Pengembangan Hipotesis	38
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	39
B. Desain Penelitian.....	39
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	40
1. Definisi Variabel.....	40
2. Operasional Variabel	41

D. Skala Pengukuran.....	42
E. Populasi dan Sampel Penelitian	43
1. Populasi Penelitian.....	44
2. Sampel Penelitian	44
F. Teknik Pengumpulan Data	45
G. Metode Analisis	45
1. Analisis Statistik Deskriptif	45
2. Uji Kualitas Data	56
a. Uji Validitas.....	47
b. Uji Reliabilitas	47
3. Uji Asumsi Klasik.....	48
a. Uji Normalitas.....	49
b. Uji Multikolineiritas.....	50
c. Uji Heteroskedastisitas	51
d. Uji Linearitas	52
4. Uji Kesesuaian Model.....	52
a. Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	52
b. Uji f(ANOVA).....	52
5. Analisis Regresi Linier Berganda.....	53
6. Uji Hipotesis.....	53
a. Uji Parsial (Uji t).....	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	54
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	56
1. Sejarah Singkat Perusahaan	57
2. Waktu dan Tempat Penelitian.....	58
3. Karakteristik Profil Responden	62
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	64
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	65
d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	66
B. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	67
1. Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Harga	67
2. Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Promosi.....	67
3. Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Citra Merek	68
4. Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Keputusan Pembelian	68
C. Hasil Uji Kualitas Data.....	69

1. Hasil Uji Validitas.....	69
2. Hasil Uji Reliabilitas	70
D. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	71
1. Uji Normalitas.....	71
2. Hasil Uji Multikolonieritas.....	72
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	72
4. Hasil Uji Liniearitas	72
E. Hasil Uji Hipotesis	73
1. Uji kesesuaian model	73
a. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	74
b. Hasil Uji F ANOVA.....	74
c. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	74
d. Hasil Uji Hipotesis (Uji t).....	75
F. Pembahasan Hasil Penelitian.....	75
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	84
A. Simpulan.....	84
B. Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....	87
LAMPIRAN	91



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

1.1 Data Pesaing	6
1.2 Data Penjualan	7
1.3 Hasil Pra Survei Konsumen	8
2.1 Penelitian Terdahulu	29
3.1 Operasional Variabel.....	39
3.2 Pengukuran Skala Likert	42
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan JenisKelamin	54
4.2 Karakteristik Responden BerdasarkanUsia	55
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	56
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	56
4.5 Kriteria Interpretasi Skor	58
4.6 Hasil Uji Statistik Deskritif.....	58
4.7 Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Harga	60
4.8 Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Promosi.....	60
4.9 Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel CitraMerek.....	61
4.10 Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Keputusan Pembelian	62
4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Harga	63
4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	63
4.13 Hasil Uji Validitas Variabel CitraMerek	64
4.14 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	64
4.15 Hasil UjiReliabilitas	65
4.16 Hasil UjiNormalitas.....	66
4.17 Hasil Uji Multikolonieritas	67
4.18 Hasil Uji Heteroskedastisitas	67
4.19 Hasil Uji Liniearitas Keputusan Pembelian & Harga.....	68
4.20 Hasil Uji Liniearitas Keputusan Pembelian & Promosi	68
4.21 Hasil Uji Liniearitas Keputusan Pembelian & CitraMerek	69
4.22 Hasil Uji Heteroskedastisitas	69
4.23 Hasil Uji FANOVA.....	70
4.24 Uji Analisis Regresi LinierBerganda.....	70

4.25 Uji Hipotesis (Ujít)	72
---------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Pemikiran	34
------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian	83
2	Hasil Kesioner Penelitian	87
3	Hasil Uji Deskriptif Jawaban Responden.....	98
4	Hasil Uji Validitas.....	99
5	Hasil Uji Reliabilitas.....	101
6	Hasil Asumsi Klasik.....	104
7	Hasil Kesesuaian Model.....	105
8	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji t.....	106

