

**ANALISA MOTIVASI KONSUMEN, PROMOSI, DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN
BEKU SECARA *ONLINE*
(STUDI PADA NUY *FROZEN*, CIRACAS)**

SKRIPSI



Nama : Nadia Febriyanti

NIM : 43119010270

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


2023

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Nadia Febriyanti
NIM : 43119010270
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Analisa Motivasi Konsumen, Promosi, Dan Citra Merek
Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Beku Secara
Online (Studi Pada NuyFrozen, Jakarta)
Tanggal Sidang : 14 Maret 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Adi Nurmahdi, MBA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 04243848



Please Scan QRCode to Verify

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nadia Febriyanti
NIM : 43119010270
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 proposal skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 22 Mei 2024



Nadia Febriyanti

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “**Analisa Motivasi Konsumen, Promosi, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Makanan Beku secara *online***”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Andi Adriansyah, M. Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, MM, Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Adi Nurmahdi, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terlaksananya skripsi ini.

5. Bapak Dr. Yanto Ramli, M.M, selaku dosen penguji ujian akhir skripsi, yang telah memberikan masukan yang sangat berarti untuk perbaikan skripsi ini.
6. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M. Si, selaku dosen penguji ujian akhir skripsi, yang telah memberikan masukan yang sangat berarti untuk perbaikan skripsi ini.
7. Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami. Semoga dihadapan Allah SWT menjadi amal jariyah Bapak/Ibu. Aamiin.
8. Bapak dan Ibu di bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulisan kuliah.
9. Teristimewa, kedua orangtua tercinta dan adik-adik. Bapak Saefudin, Ibu Ipa Saripa, Tegar, Novi dan Shakilla sebagai motivasi terbesar yang selalu memberikan do'a, dorongan inspirasi dan pengertian yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik moril maupun materil.
10. Terkhusus untuk diri saya sendiri selaku peneliti, yang telah berjuang dan berusaha sampai di titik ini dengan semaksimal mungkin dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Keluarga, Teman-teman Manajemen S1 angkatan 2019, Keluarga Radio Mercu Buana, keluarga BEM Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, keluarga HIPMI PT UMB dan AyoKreasi, teman SMAN 56

Jakarta, teman SMPN 45 Jakarta, Teman rumah, yang selalu membantu, memberikan semangat, motivasi dan bertukar pikiran.

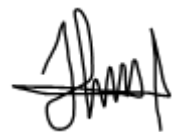
12. Rekan-rekan seperjuangan Adinda Tria Isnandar, Novita sari, Anisa Putri Ariga, Farah Cetta Rasendriya, Nur Aisyah Alawiyah, Btari, dan juga Lara atas dorongan semangat, motivasi dan inspirasinya.

13. Teruntuk Firda saudara saya dan Hilmi teman saya yang sudah membantu saya pada saat menyusun skripsi dengan memberikan semangat, dorongan dan membantu dalam segala hal yang dilakukan saat menyusun skripsi.

14. Pihak-pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu-persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta do'anya.

Dengan kerendahan hati, penulis menyadari sebagai manusia biasa bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan 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 diri, 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, 04 Juni 2022



Nadia Febriyanti

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Kontribusi Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	12
A. Kajian Pustaka	12
1) Manajemen Pemasaran.....	12
a. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	12
b. Pengertian Pemasaran.....	13
2) Perilaku Konsumen.....	14
3) Keputusan Pembelian	15
a. Pengertian Keputusan Pembelian.....	15
b. Dimensi dan indikator Keputusan Pembelian.....	16
4) Motivasi Konsumen.....	19
a. Pengertian Motivasi Konsumen.....	19
b. Dimensi Motivasi Konsumen.....	20
5) Promosi.....	21
a. Pengertian Promosi	21
b. Dimensi dan Indikator Promosi	22
6) Citra Merek.....	23
a. Pengertian Citra Merek	23

b. Dimensi dan Indikator Citra Merek	23
7) Penelitian Terdahulu	24
B. Pengembangan Hipotesis.....	32
1. Hubungan antara Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	32
2. Hubungan antara Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	33
3. Hubungan antara Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	37
A. Waktu dan Tempat Penelitian	37
B. Desain Penelitian	37
C. Definisi dan Operasinonalisasi Variabel	38
1. Definisi Variabel.....	38
2. Operasional Variabel	39
D. Skala Pengukuran Variabel	42
E. Populasi dan Sampel.....	43
1) Populasi Penelitian.....	43
2) Sampel Penelitian	43
F. Metode Pengumpulan Data	45
G. Metode Analisis Data	45
1) Analisis Deskriptif	46
1. Deskripsi Responden	46
2. Deskripsi Jawaban/Kuesioner.....	47
2) Analisis Partial Least Square (PLS).....	47
1. Menguji Model Pengukuran (<i>Outer model</i>)	47
2. Menguji Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	52
A. Analisis Deskriptif.....	52
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	52
2. Statistik Deskriptif	53
1) Deskripsi Responden	53
2) Deskripsi Variabel	56
B. Analisis <i>Partial Least Square</i>	59

1. Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	59
2. Hasil Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	67
C. Pembahasan Hasil Penelitian	72
1. Pengaruh Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian.....	73
2. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	73
3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	74
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	76
A. Simpulan	76
B. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	87



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1. Pra-Survei.....	6
Tabel 2. 1. Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3. 1. Definisi Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	40
Tabel 3. 2. Instrumen Skala Likert.....	43
Tabel 4. 1. Jenis Kelamin Responden	54
Tabel 4. 2. Usia Responden.....	54
Tabel 4. 3. Pekerjaan Responden	55
Tabel 4. 4. Tempat tinggal Responden di wilayah sekitar Ciracas, Jakarta Timur	56
Tabel 4. 5. Deskripsi Jawaban Responden Variabel Motivasi Konsumen (X1)...	56
Tabel 4. 6. Deskripsi Jawaban Responden Variabel Promosi (X2).....	57
Tabel 4. 7. Deskripsi Jawaban Responden Variabel Citra Merek (X3).....	58
Tabel 4. 8. Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y) ..	58
Tabel 4. 9. Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	60
Tabel 4. 10. Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi).....	61
Tabel 4. 11. Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> (<i>Cross Loading</i>).....	63
Tabel 4. 12. Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> (<i>Fornell Larcker Criterion</i>)	65
Tabel 4. 13. Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (<i>AVE</i>).....	66
Tabel 4. 14. Hasil pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	66
Tabel 4. 15. Hasil Uji Nilai <i>R-Square</i> (R^2)	68
Tabel 4. 16. Hasil Uji Nilai <i>Effect Size</i> (F^2).....	68
Tabel 4. 17. Hasil Uji Nilai Relevansi Prediksi (Q^2)	69
Tabel 4. 18. Hasil Uji Multikolinearitas (<i>VIF</i>)	70
Tabel 4. 19. Hasil Pengujian Hipotesis	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah pengguna internet di Indonesia tahun 2012-2022.....	2
Gambar 1. 2 Data Penjualan <i>Offline</i>	3
Gambar 1. 3 Data Penjualan <i>Online</i>	4
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	35
Gambar 4. 1 Logo Nuy <i>Frozen</i>	52
Gambar 4. 2 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i>	61
Gambar 4. 3. Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi).....	62
Gambar 4. 4 Hasil Pengujian <i>Bootstrapping</i>	71

