

**PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI, DAN HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MAKARONI NGEHE ECHO MERCU  
BUANA**

(Studi pada Mahasiswa S1 Manajemen Universitas Mercu Buana di Jakarta Barat)

**SKRIPSI**



Nama : Bagas Kusuma Dewa  
Nim : 43120010423

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2024**

**PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI, DAN HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MAKARONI NGEHE ECHO MERCU  
BUANA**

(Studi pada Mahasiswa S1 Manajemen Universitas Mercu Buana di Jakarta Barat)

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



Nama : Bagas Kusuma Dewa  
Nim : 43120010423

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2024**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bagas Kusuma Dewa

NIM : 43120010423

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencatatkan 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.

Jakarta, 31 Juli 2024



Bagas Kusuma Dewa

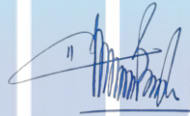
NIM 43120010423

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Bagas Kusuma Dewa  
NIM : 43120010423  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MAKARONI NGEHE ECHO MERCU BUANA (Studi pada Mahasiswa S1 Manajemen Universitas Mercu Buana di Jakarta Barat)  
Tanggal Sidang : 17 September 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Dewi Murtiningsih, SKH, MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 04244440



Please Scan QRCode to [Verify](#)

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian, untuk mengetahui pengaruh promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian, untuk mengetahui pengaruh harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh mahasiswa S1 manajemen universitas mercu buana. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 165 responden. Data dianalisis menggunakan PLS 4.1.0.5. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, promosi positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dan harga positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

***Kata Kunci: Citra Merek, Promosi, Harga, Keputusan Pembelian.***



## ***ABSTRACT***

The purpose of this research is to determine the influence of brand image on purchasing decisions, to determine the influence of promotions on purchasing decisions, to determine the influence of price on purchasing decisions. This type of research is quantitative. The population of this study includes all undergraduate management students at universitas mercu buana. The sampling technique uses purposive sampling. The number of samples used in this research consisted 165 of respondents. Data were analyzed using PLS 4.1.0.5. The results of this research show that brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions, promotion has a positive and not significant effect on purchasing decisions and price has a positive and significant effect on purchasing decisions.

***Keywords: Brand Image, Promotion, Price, Purchase Decision.***



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **"Pengaruh Citra Merek, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Makaroni Ngehe Echo Mercu Buana (Studi pada Mahasiswa S1 Manajemen Universitas Mercu Buana di Jakarta Barat)"**. 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, Ph.D, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Dr. Dewi Murtiningsih, S.KH., MM, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.

5. Ibu Dr. Catur Widayati, SE, MM selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan arahan kepada saya selama masa perkuliahan.
6. Bapak Muhamad, SE, MM selaku dosen tugas akhir yang telah memberikan wawasan dan arahan selama masa perkuliahan.
7. Bapak Dr. Sri Hartono, M.M selaku dosen ketua penguji ujian akhir skripsi, yang telah memberikan masukan yang sangat berarti untuk perbaikan skripsi ini.
8. Ibu Rachi Titi Ramadhani Sari, S.E., M.M selaku dosen penguji 2 ujian akhir skripsi, yang telah memberikan masukan dan saran agar skripsi ini menjadi lebih baik.
9. Bapak Dr. Andyan Pradipta Utama, S.E., MM, selaku dosen penelaah dari proposal skripsi saya yang telah memberikan saran serta kritik yang bermanfaat dalam penelitian ini.
10. Ibu Daru Asih, Dr., M.Si, selaku dosen pengampu mata kuliah metodologi penelitian yang telah memberikan banyak ilmu tentang penyusunan metode penelitian pemasaran.
11. Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami. Semoga di hadapan Allah SWT menjadi amal jariyah Bapak/Ibu. Aamiin.
12. 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 penulis kuliah.



13. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB angkatan 2020 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.
14. Seluruh Mahasiswa S1 Manajemen Universitas Mercu Buana di Jakarta Barat, yang telah bersedia menjadi responden pada penelitian ini.
15. Teristimewa, kedua orang tua tercinta Bapak Sunardi dan Ibu Sri Hartatik dan adik saya Panji Gilang Maulana yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan 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 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, 31 Juli 2024

Bagas Kusuma Dewa  
NIM 43120010423

## DAFTAR ISI

	Halaman
<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>ABSTRAK</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</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 Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	13
D. Kontribusi Penelitian	13
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b>	<b>15</b>
A. Kajian Pustaka	15
1. Manajemen Pemasaran	15
2. Keputusan Pembelian	17
3. Citra Merek	23
4. Promosi	26
5. Harga	28
6. Penelitian Terdahulu	31
B. Pengembangan Hipotesis	38
1. Hubungan Antar Variabel	38
2. Kerangka Konseptual	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	<b>41</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian	41
B. Desain Penelitian	41
C. Definisi dan Operasional Variabel	42
1. Definisi Variabel	42

2. Operasionalisasi Variabel	44
D. Skala Pengukuran Variabel	45
E. Populasi dan Sampel	45
1. Populasi	45
2. Sampel	46
F. Metode Pengumpulan Data	47
1. Data Primer	47
2. Data Sekunder	48
G. Metode Analisis Data	48
1. Analisis Deskriptif	48
2. Uji Instrumen	49
3. Analisis <i>Partial Least Square</i>	50
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	<b>54</b>
A. Analisis Deskriptif	54
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	54
2. Deskripsi Responden	55
3. Deskripsi Variabel	59
B. Analisis <i>Partial Least Square</i>	71
1. Evaluasi <i>Measurement (Outer Model)</i>	72
2. Menguji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> )	82
3. Uji Hipotesis	85
C. Pembahasan Hasil Penelitian	87
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>91</b>
A. Kesimpulan	91
B. Saran	92
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>94</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>98</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.1	5 Rekomendasi Tempat Beli Makaroni Pedas Dan Enak	6
1.2	Hasil <i>Pra Survei</i>	8
2.1	Hasil Penelitian Terdahulu	31
3.1	Operasional Variabel	44
3.2	Tingkatan Skala <i>Likert</i>	45
4.1	Jenis Kelamin Responden	56
4.2	Usia Responden	57
4.3	Pendidikan Responden	57
4.4	Pekerjaan Responden	58
4.5	Variabel Citra Merek	59
4.6	Variabel Promosi	62
4.7	Variabel Harga	65
4.8	Variabel Keputusan Pembelian	68
4.9	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i>	73
4.10	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	79
4.11	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	80
4.12	Hasil Uji <i>Discriminant-Validity (Fornell-Larcker Criterion)</i>	81
4.13	Hasil Uji <i>Composite Reability</i>	82
4.14	Hasill Uji Nilai <i>R-Square</i>	83
4.15	Hasil Uji Nilai <i>F-Square</i>	84
4.16	Hasil Uji Nilai <i>Q-Square (Q2)</i>	84
4.17	Hasil Uji Hipotesis	86

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Jumlah Industri Mikro-Kecil Terbanyak di Indonesia	3
1.2	Daftar <i>Outlet</i> Resmi Makaroni Ngehe	5
1.3	Promosi Yang Dilakukan Makaroni Ngehe	7
2.1	Kerangka Konseptual	39
4.1	Hasil <i>Algorithm</i> PLS	73
4.2	Hasil <i>Algorithm</i> PLS	79
4.3	Hasil Uji <i>Bootsrapping</i>	86



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	<i>Pra Survei</i>	99
2	Hasil <i>Pra Survei</i>	101
3	Surat Izin Peneliti	102
4	Surat Balasan Izin Objek Penelitian	103
5	Kuesioner Penelitian	104
6	<i>Screenshot Google Form</i> Kuesioner	109
7	<i>Screenshot Google Form</i> Isi Kuesioner	115
8	Hasil <i>Output</i> SPSS 25	122
9	Hasil Olah Data SEM-PLS 4.1.0.5	125

