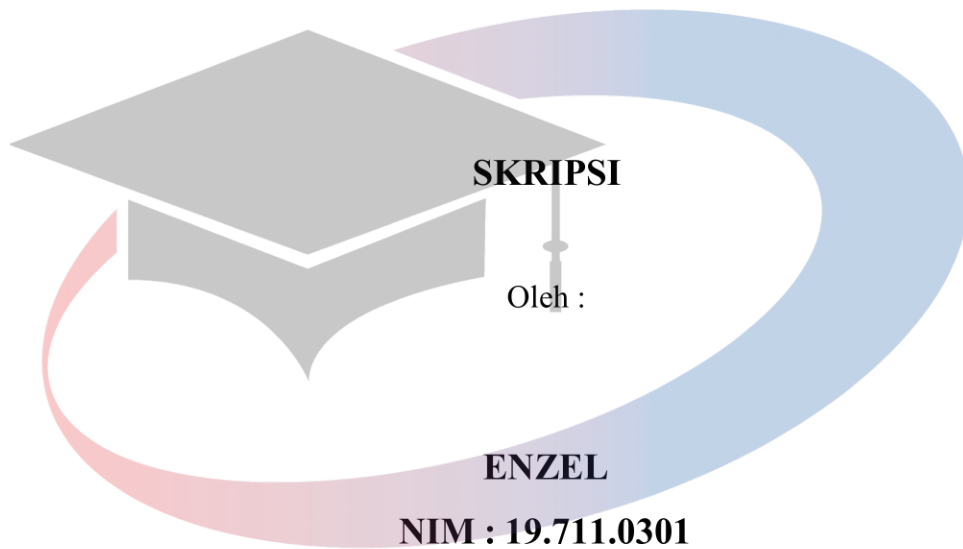


**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK  
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK MIE INSTAN LEMONILO (STUDI KASUS  
PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI  
MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS MIKROSKIL)**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS MIKROSKIL**

**MEDAN  
2023**

**ANALYSIS THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRODUCT  
QUALITY AND PROMOTION ON THE PURCHAS  
DECISION OF INSTANT NOODLES LEMONILO  
PRODUCTS (CASE STUDY BASED ON MANA  
GEMENT PROGRAM STUDENTS OF  
MIKROSKIL UNIVERSITY BUSIN  
ESS FACULTY)**

**FINAL RESEARCH**

**By :**

**ENZEL**

**NIM: 19.711.0301**



**STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT**

**FACULTY OF BUSINESS**

**UNIVERSITY MIKROSKIL**

**MEDAN**

**2023**

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK**  
**DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**  
**PRODUK MIE INSTAN LEMONILO (STUDI KASUS**  
**PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI**  
**MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS**  
**UNIVERSITAS MIKROSKIL)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna  
Mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu  
Program Studi Manajemen

Oleh :

**ENZEL**


**NIM: 19.711.0301**

Disetujui Oleh  
Dosen Pembimbing


  
( Nasruk Efendi, S.E., M.Si.)

Medan, 4 Agustus 2023

Diketahui dan Disahkan Oleh:

  
Ketua Program Studi Manajemen,

  
UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

  
( Suci Pertiwi, S.E., M.Si.)

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan dengan identitas mahasiswa sebagai berikut:

NIM : 197110301  
Nama : Enzel

Saya telah melaksanakan Penelitian, dan Penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut:

Judul Tugas Akhir : Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Lemonilo (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil)

Tempat Penelitian : Universitas Mikroskil Medan  
Alamat Tempat Penelitian : Jl. Thamrin No. 124, 140, 112 Medan  
No. Telp Tempat Penelitian : 061-4573767

Sehubungan dengan Tugas Akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan belum dipublikasikan oleh siapapun sebelumnya.** Bila kemudian hari ternyata bukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuat) atau sudah pernah dipublikasikan oleh pihak lain, maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh Universitas Mikroskil Medan yakni **Pencabutan ijazah yang telah saya terima dan ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.**

Selain itu, demikian pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-Exclusive Royalty Fee Right) atas Tugas Akhir saya. Dengan hak ini, Universitas Mikroskil berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya Sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format cetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau Sebagian isi Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel atau buku. Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar tidak ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, 4 Agustus 2023

Saya yang membuat pernyataan,



Enzel

## ABSTRAK

Penulisan ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Lemonilo dengan Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Management Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel Purposive Sampling, menggunakan metode Nonprobability Sampling dan menggunakan rumus Lemeshow dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis linier berganda. Pengujian secara parsial (Uji t) menunjukkan bahwa variabel independent Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Lemonilo studi kasus pada Mahasiswa Program Studi Management Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil. Hasil secara simultan (Uji F) yang menunjukkan bahwa ketiga variabel independent (Citra Merek, Kualitas Produk Dan Promosi) berpengaruh terhadap variabel dependent (Keputusan Pembelian) Nilai Adjusted  $R^2$  yang diperoleh sebesar 19,8% dan sisanya 80,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci :** *Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi, Keputusan Pembelian*

UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

## ABSTRACT

*This study aims to determine and analyze the effect of Brand Image, Product Quality and Promotion on the Purchase Decision of Instant Noodles Lemonilo Products (Case Study Based on management Program Students of Mikroskil University Business Faculty) This study used purposive sampling, non-probability and Lemesho's formula with a total sample 100 respondents. The data analysis method used in this research is multiple linear regression analysis. Partial testing (T Test) shows that the independent variabel Brand Image, Product Quality and Promotion have an effect on Instant Noodles Lemonilo Product Purchase Decision (Case Study Based on Management Program Students of Mikroskil University Business Faculty). Furthermore, The simultaneous results (F Test) show that the three of independent variabls (Brand Image, Product Quality and Promotion) have an effect on the dependent variable (Purchase Decision). Adjusted R<sup>2</sup> Value obtained is 19,8% and the remaining 80,2% is influenced by other variables not examined in this study.*

**Keywords :** *Brand Image, Product Quality, Promotion, Purchase Decision*

UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan karunia-Nya saya dapat menyelesaikan sebuah karya tulis dengan judul “Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Lemonilo (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil)” yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan Program Strata Satu (S1) Universitas Mikroskil Medan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, bantuan, arahan serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Nasrul Efendi, S.E., M.Si., selaku Dosen pembimbing I yang telah bersedia meluangkan segala waktu, tenaga, memberikan bimbingan dan arahnya serta motivasi yang sangat berharga baik itu didalam menempuh studi maupun selama penyusunan skripsi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Purnaya Sari Tarigan, S.E., M.Si., selaku Dosen Pendamping Pembimbing yang telah bersedia meluangkan segala waktu, tenaga, memberikan bimbingan dan arahnya serta motivasi yang berharga baik itu didalam menempuh studi maupun selama penyusunan skripsi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Hardy, S.Kom., M.Sc., Ph.D selaku Rektor Universitas Mikroskil.
4. Ibu Agustina, S.Kom., M.Si selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil.
5. Ibu Suci Pertiwi, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mikroskil.
6. Ibu Sherly Joe, S.Kom., M.M., selaku Dosen Wali yang sangat inspiratif.
7. Seluruh Staff dan Dosen Pengajar Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil Medan yang telah banyak memberikan tambahan ilmu pengetahuan, motivasi dan bimbingan yang sangat berguna bagi peneliti.
8. Orang Tua penulis, Bapak Poniman dan Ibu Idawati yang telah membesarkan dan mendidik saya yang tak pernah lelah untuk selalu memberikan doa, dukungan dan

kasih sayang serta perhatian yang tak terhingga. Adek penulis Ellen yang selalu memberikan doa dan dukungan sehingga skripsi dapat terselesaikan.

9. Responden Penulis, saya ucapkan terima kasih atas waktu luang untuk mengisi kuesioner yang telah saya bagikan, berkat responden saya bisa mengolah data dan menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman penulis yang sangat saya cintai dan kasihi yang telah memberikan banyak doa, motivasi, semangat, penghiburan dikala stress dan telah meluangkan waktu untuk bertukar pikiran sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan ini.
11. Pihak-pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung.
12. Terakhir, tetapi tidak kalah penting, saya mau berterima kasih kepada diri saya sendiri karena telah percaya diri, berjuang sendiri untuk melakukan kerja keras ini, dan tidak memikirkan hari libur apapun dan tidak pernah berhenti untuk selalu mengerjakan apapun, dan akan selalu menjadi diri saya sendiri setiap saat.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan. Kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

Medan, 4 Agustus 2023

Penulis

(Enzel)



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>x</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Ruang Lingkup Penelitian .....	9
1.4 Tujuan Penelitian .....	9
1.5 Manfaat Penelitian .....	10
1.6 Originalitas .....	10
<b>BAB II</b> .....	<b>12</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b> .....	<b>12</b>
2.1 Landasan Teori .....	12
2.1.1 Manajemen Pemasaran .....	12
2.1.2 Keputusan Pembelian .....	15
2.1.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	15
2.1.3 Citra Merek .....	18
2.1.4 Kualitas Produk .....	20
2.1.5 Promosi .....	22
2.2 Review Penelitian Terdahulu .....	24
2.3 Kerangka Konseptual .....	28
2.4 Pengembangan Hipotesis .....	29
2.4.1 Terdapat pengaruh Variabel Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Lemonilo .....	30
2.4.2 Terdapat pengaruh Variabel Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan lemonilo .....	30

2.4.3 Terdapat pengaruh Variabel Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Lemonilo .....	31
2.4.4 Terdapat pengaruh Variabel Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan pembelian Produk Mie Instan lemonilo.....	31
<b>BAB III.....</b>	<b>33</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	33
3.2 Objek Penelitian .....	33
3.3 Populasi dan Sampel.....	33
3.3.1 Populasi.....	33
3.3.2 Sampel .....	34
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	35
3.4.1 Penelitian Lapangan.....	35
3.4.2 Studi Kepustakaan .....	36
3.5 Definisi Operasional Variabel .....	36
3.6 Metode Analisis Data .....	39
3.6.1 Statistik Deskriptif.....	39
3.6.2 Pengujian Kualitas Data.....	39
3.6.3 Pengujian Asumsi Klasik.....	40
3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda .....	42
3.6.5 Pengujian Hipotesis .....	43
<b>BAB IV.....</b>	<b>45</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>45</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	45
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	45
4.1.2 Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner .....	47
4.1.3 Karakteristik Responden.....	47
4.1.4 Hasil Statistik Deskriptif.....	49
4.1.5 Hasil Uji Kualitas Data .....	52
4.1.6 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	59
4.1.7 Hasil Uji Analisis Linier Berganda.....	63
4.1.8 Hasil Uji Hipotesis.....	64
4.2 Pembahasan .....	66

4.2.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Lemonilo.....	66
4.2.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Lemonilo.....	67
4.2.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Lemonilo	69
4.2.4 Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan lemonilo .....	70
<b>BAB V.....</b>	<b>71</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>71</b>
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran.....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>73</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>111</b>



# UNIVERSITAS MIKROSKIL

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pra Survei Citra Merek Mie Instan Lemonilo .....	4
Gambar 1. 2 Pra Survei Promosi Mie Instan Lemonilo .....	8
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....	29
Gambar 4. 1 Tampilan Produk Mie Instan Lemonilo .....	46
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Stambuk .....	48
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin .....	48
Gambar 4. 4 Grafik Histogram Uji Normalitas .....	60
Gambar 4. 5 Hasil Uji Normalitas Normal P-P Plot .....	60
Gambar 4. 6 Hasil Uji Normalitas Scatterplot .....	62



UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Mie Instan Goreng Terlaris .....	3
Tabel 1. 2 Pra Survei Kualitas Produk Mie Instan Lemonilo .....	5
Tabel 2. 1 Review Penelitian Terdahulu .....	25
Tabel 3. 1 Data Jumlah Mahasiswa Prodi.Manajemen Stambuk 2019-2021 .....	34
Tabel 3. 2 Skala Likert .....	36
Tabel 3. 3 Definisi Operasional Variabel.....	37
Tabel 4. 1 Tingkat Pengembalian Kuesioner .....	47
Tabel 4. 2 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Citra merek.....	49
Tabel 4. 3 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Kualitas Produk... 50	
Tabel 4. 4 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Promosi .....	51
Tabel 4. 5 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Keputusan Pembelian.....	52
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Citra Merek (X1).....	53
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X2) .....	54
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Promosi (X3).....	55
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y) .....	56
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek (X1).....	57
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk (x2) .....	58
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas Promosi (X3).....	58
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y) .....	58
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	59
Tabel 4. 15 Hasil Uji Normalitas Kormogrov-Smirnov.....	61
Tabel 4. 16 Hasil Uji Glejser.....	62
Tabel 4. 17 Hasil Uji Analisis Linier Berganda .....	63
Tabel 4. 18 Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F) .....	64
Tabel 4. 19 Hasil Penguji Secara Parsial (Uji T) .....	65
Tabel 4. 20 Hasil Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	66

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 .....	76
Lampiran 2 .....	82
Lampiran 3 .....	92
Lampiran 4 .....	94
Lampiran 5 .....	103
Lampiran 6 .....	106
Lampiran 7 .....	107
Lampiran 8 .....	108
Lampiran 9 .....	110



UNIVERSITAS  
MIKROSKIL