

**PENGARUH HARGA, CITRA MEREK, PROMOSI DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN AKASIA
HOME MADE CAKE BAKERY
KOTA MEDAN**

SKRIPSI



Oleh:

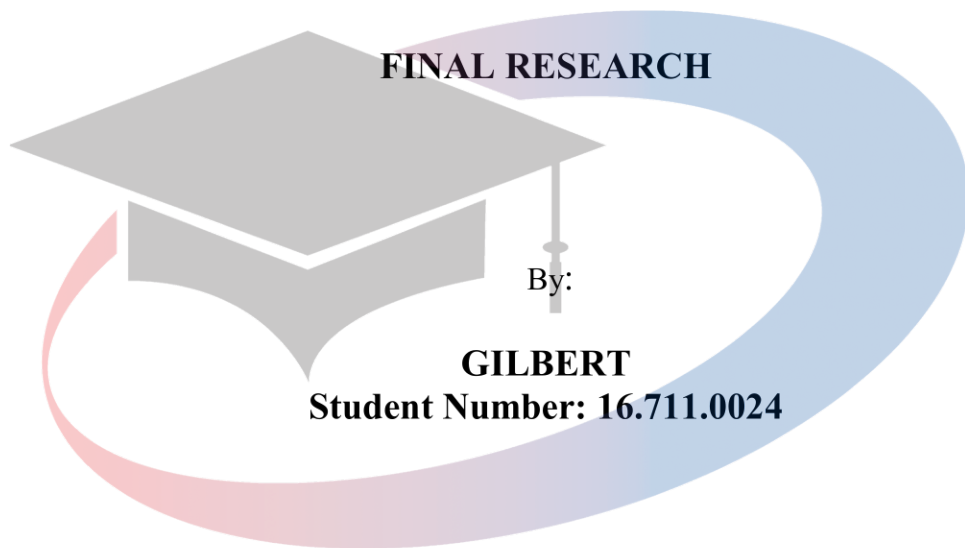
**GILBERT
NIM: 16.711.0024**

**UNIVERSITAS
MIKROSKIL**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS
MIKROSKIL
MEDAN
2023**

**THE INFLUENCE OF PRICE, BRAND IMAGE, PROMOTION,
AND PRODUCT QUALITY ON CONSUMER PURCHASE
DECISION OF AKASIA HOME MADE
CAKE BAKERY
IN MEDAN
CITY**



**UNIVERSITAS
MIKROSKIL**



**UNDERGRADUATE PROGRAM OF MANAGEMENT
BUSINESS FACULTY
UNIVERSITAS MIKROSKIL
MEDAN
2023**

LEMBARAN PENGESAHAN

**PENGARUH HARGA, CITRA MEREK, PROMOSI DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN AKASIA
HOME MADE CAKE BAKERY
KOTA MEDAN**

SKRIPSI

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

Oleh :

**GILBERT
16.711.0024**

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing 1,


Nasrul Efendi, S.E., M.Si.

Medan, 10-Agustus-2023

Diketahui dan disahkan oleh:

Ketua Program Studi,



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

Suci Pertiwi S.E., M.Si.

LEMBARAN PERNYATAAN

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

Nama : Gilbert
NIM : 16.711.0024

Saya telah melaksanakan penelitian dan penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut:

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Harga, Citra Merek, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Akasia Home Made Cake Bakery Kota Medan

Tempat Penelitian : Akasia Home Made Cake
Alamat Tempat Penelitian : Jl. Bilal, Komplek Bilal Prima No. 101-R Medan
No. Telepon Tempat Penelitian : 081377226021

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 semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar.** Bila di kemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuatnya), maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan, yakni **Pencabutan ijazah yang telah saya terima dan ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.**

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Fakultas Binsis Universitas Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non – eksklusif (Non-exclusive Royalty Free Right) atas Tugas Akhir saya beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak ini, Fakultas Binsis Universitas Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalihmedia/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 tercetak 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 dimasa depan, misalnya dalam bentuk artikel, dan buku,

Demikian pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, 11 Juli 2023

Saya yang membuat pernyataan,



Gilbert

ABSTRAK

Tujuan Penelitian ini adalah untuk menganalisis Pengaruh Harga, Citra Merek, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Akasia Home Made Cake Bakery Kota Medan secara parsial maupun secara simultan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen Akasia Home Made Cake Bakery Kota Medan sejumlah 104 responden yang merupakan konsumen Akasia Home Made Cake Bakery Kota Medan. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. Berdasarkan penelitian diperoleh bahwa variabel harga, promosi dan kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel citra merek secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Namun secara simultan variabel harga, citra merek, promosi, dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil koefisien determinasi adalah sebesar 61,2%, hal ini menunjukkan bahwa variabel yang terdiri dari harga, citra merek, promosi, dan kualitas produk mempengaruhi variabel keputusan pembelian sebesar 61,2%. Sementara sisanya sebesar 38,8% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Keputusan_Pembelian, Harga, Citra_Merek, Promosi, Kualitas_Produk*

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the Influence of Price, Brand Image, Promotion and Product Quality on the Consumer Purchasing Decision of Akasia Home Made Cake Bakery partially or simultaneously. The sampling technique used probability sampling with simple random sampling method, and the number of samples in this study amounted to 104 respondents. The method of data analysis uses multiple linear regression analysis. Based on the research, it is obtained that the price, promotion, and product quality variable influence the purchasing decision partially, while the brand image variable partially does not affect the purchasing decision partially. But the price, brand image, promotion and product quality variables influence the purchasing decision simultaneously. The results of the coefficient of determination amounted to 61,2%, this shows that the variables consisting of price, brand image, promotion, product quality affect the purchase decision variable by 61,2%. While the remaining 38,8% is explained by other variables not examined in this study.

Keywords: *Purchase_Decision, Price, Brand_Image, Promotion, Product_Quality*

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Harga, Citra Merek, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Akasia Home Made Cake Bakery Kota Medan”. Penulisan ini dilakukan untuk melengkapi persyaratan guna untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan.

Dalam penulisan skripsi ini, banyak kendala yang dihadapi penulis. Namun berkat motivasi, bimbingan dan bantuan dari segala pihak, maka akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Sehingga pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Nasrul Efendi, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, saran, motivasi, bimbingan serta pengarahan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
2. Ibu Litka Tiadora Ria Br Ginting, S.M., M.Si. selaku Pendamping Pembimbing, yang telah meluangkan waktu, saran, motivasi, bimbingan serta pengarahan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
3. Bapak Hardy, S.Kom., M.Sc, Ph.D selaku Rektor Universitas Mikroskil Medan.
4. Ibu Agustina, S.Kom., M.Si. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan.
5. Ibu Suci Pertiwi, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Universitas Mikroskil Medan.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil yang telah memberikan dukungan dan ilmu pengetahuan yang berharga kepada penulis.
7. Orang tua dan seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan serta bantuan dan doa kepada penulis.
8. Sahabat – sahabat terbaik penulis yang telah memberikan bantuan dan dorongan kepada penulis.
9. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang penulis bagikan, serta pihak-pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dan mendukung dalam penyelesaian skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca sangat diharapkan untuk penyempurnaan skripsi di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Medan, 11-Juli-2023

Penulis

Gilbert

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Ruang Lingkup.....	8
1.4. Tujuan Penelitian	9
1.5. Manfaat Penelitian	9
1.6. Originalitas.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	11
2.1. Landasan Teori.....	11
2.1.1. Pemasaran	11
2.1.2. Manajemen Pemasaran	12
2.1.3. Bauran Pemasaran.....	12
2.1.4. Keputusan Pembelian.....	14
2.1.5. Harga.....	19
2.1.6. Citra Merek	25
2.1.7. Promosi <i>Online</i>	27
2.1.8. Kualitas Produk.....	30
2.2. Review Penelitian Terdahulu.....	34
2.3. Kerangka Konseptual.....	37
2.4. Pengembangan Hipotesis Penelitian	39
2.4.1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	39
2.4.2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	40
2.4.3. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	40

2.4.4. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	41
2.4.5. Pengaruh Harga, Citra Merek, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	41
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1. Jenis Penelitian.....	42
3.2. Objek Penelitian.....	42
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	42
3.3.1. Penelitian Lapangan.....	42
3.3.2. Studi Kepustakaan	43
3.4. Populasi dan Sampel.....	43
3.4.1. Populasi.....	43
3.4.2. Sampel.....	43
3.5. Defenisi Operasional Variabel.....	44
3.6. Metode Analisis Data.....	45
3.6.1. Analisis Statistika Deskriptif	46
3.6.2. Pengujian Kualitas Data.....	46
3.6.3. Pengujian Asumsi Klasik.....	47
3.6.4. Analisis Regresi Linear Berganda	49
3.6.5. Pengujian Hipotesis	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1. Hasil Penelitian.....	52
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	52
4.1.2. Pengiriman dan Pengambilan Kuesioner	53
4.1.3. Gambaran Umum Responden	54
4.1.4. Hasil Statistik Deskriptif.....	56
4.1.5. Hasil Uji Kualitas Data	60
4.1.6. Hasil Uji Asumsi Klasik	63
4.1.7. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	67
4.1.8. Uji Hipotesis	68
4.2. Pembahasan.....	70
4.2.1. Pengaruh Variabel Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	70

4.2.2. Pengaruh Variabel Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	71
4.2.3. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	72
4.2.4. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	73
4.2.5. Pengaruh Variabel Harga, Citra Merek, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	76
5.1. Kesimpulan	76
5.2. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	80
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	121



UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Hasil Prasurvey	3
Gambar 1.2 Grafik Hasil Prasurvey	4
Gambar 1.3 Grafik Hasil Prasurvey	5
Gambar 1.4 Promosi Produk Akasia Home Made Cake	6
Gambar 1.5 Grafik Hasil Pra Survey	7
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	39
Gambar 4.1 Halaman Akasia Home Made Cake Pada <i>Instagram</i> dan <i>Grab</i>	52
Gambar 4.2 <i>Catalog</i> produk Akasia Home Made Cake.....	53
Gambar 4.3 Hasil Grafik Histogram Uji Normalitas	64
Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas Normal P-Plot	65
Gambar 4.5 Hasil Uji Normalitas Scatterplot	66

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Laba Kotor Akasia Homemade Cake Bakery Bulan Januari-Desember Tahun 2022	2
Tabel 2.1 Review Peneliti Terdahulu	36
Tabel 3.1 Skala Pengukuran <i>Likert</i>	43
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	45
Tabel 4.1 Rincian Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner	54
Tabel 4.2 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 4.3 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.4 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
Tabel 4.5 Hasil Statistik Deskriptif Harga	56
Tabel 4.6 Hasil Statistik Deskriptif Citra Merek	57
Tabel 4.7 Hasil Statistik Deskriptif Promosi	58
Tabel 4.8 Hasil Statistik Deskriptif Kualitas Produk	58
Tabel 4.9 Hasil Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian	59
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Harga	60
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek	61
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	61
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	62
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	62
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas	63
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinieritas	64
Tabel 4.17 Hasil Uji Kolmogrov-Smirnov Test	65
Tabel 4.18 Hasil Uji <i>Glejser</i>	67
Tabel 4.19 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	67
Tabel 4.20 Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t)	68
Tabel 4.21 Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F)	69
Tabel 4.22 Hasil Koefisien Determinasi	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	80
Lampiran 2 Distribusi Jawaban Responden.....	84
Lampiran 3 Hasil Pengujian SPSS.....	99
Lampiran 4 Tabel Distribusi Penelitian	107



UNIVERSITAS MIKROSKIL