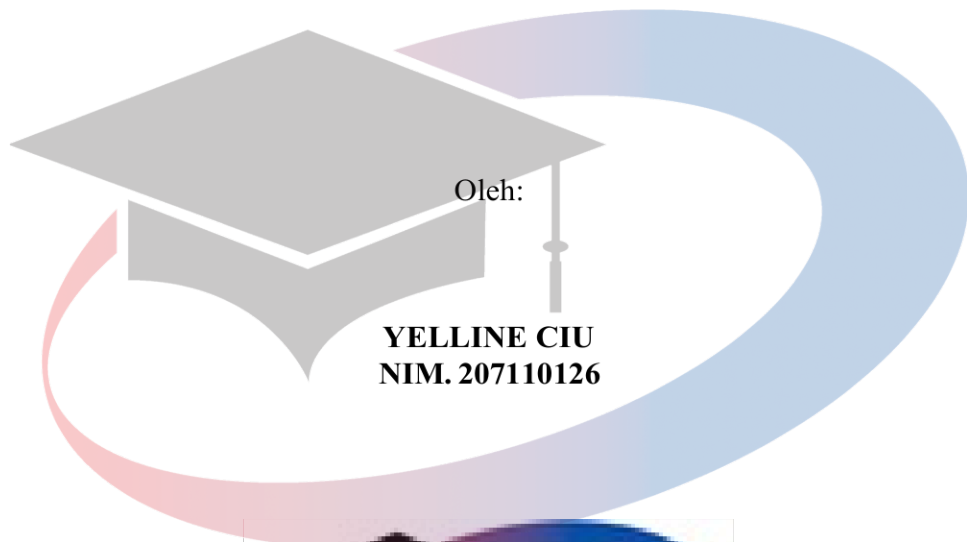


**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN FROZEN FOOD SO GOOD PADA
PT. BINACIPTA RASA SEJATI MEDAN**

SKRIPSI



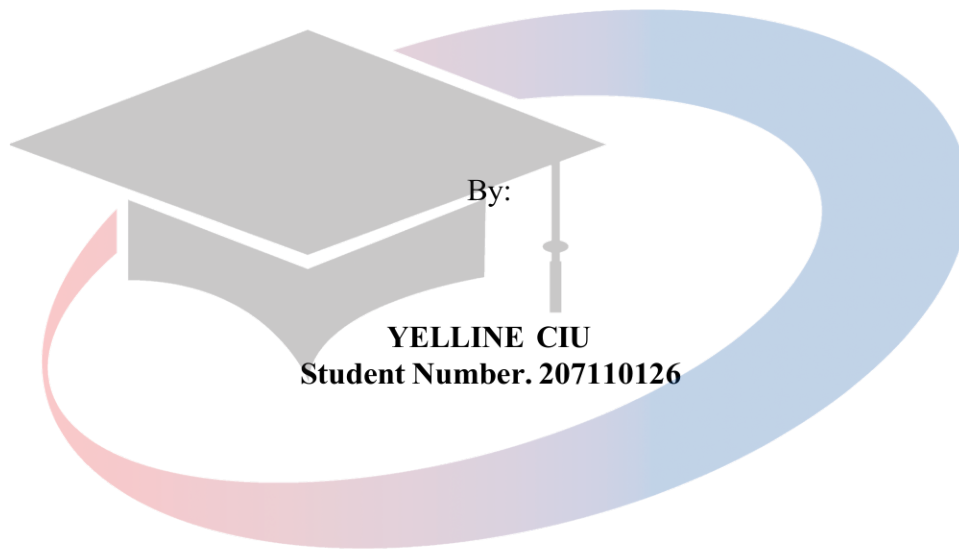
Oleh:
YELLINE CIU
NIM. 207110126



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MIKROSKIL MEDAN
2024**

**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRICE, AND PROMOTION ON
THE PURCHASE DECISION OF FROZEN FOOD SO GOOD AT
PT. BINACIPTA RASASEJATI MEDAN**

FINAL RESEARCH



**UNDERGRADUATE PROGRAM OF MANAGEMENT
SCHOOL OF BUSINESS
UNIVERSITAS MIKROSKIL
MEDAN
2024**

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN FROZEN FOOD SO GOOD PADA
PT. BINACIPTA RASA SEJATI MEDAN

SKRIPSI

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

Oleh :

YELLINE CIU
NIM. 207110126

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing I,



Ir. Mbayak Ginting, S. Kom., M.M.

Dosen Pembimbing II,



Purnaya Sari Tarigan, S.E., M.Si.

Medan, 15 Februari 2024
Diketahui dan Disahkan Oleh :

Ketua Program Studi,



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

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

LEMBAR PERNYATAAN

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

NIM : 207110126

Nama : Yelline Ciu

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

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Frozen Food So Good Pada PT BinaCipta RasaSejati Medan

Tempat Penelitian : PT. BinaCipta RasaSejati Medan

Alamat Penelitian : Jl. Pulau Kangean No. 1, KIM I, Mabar.

No. Telp. : (061) 6851441

Sehubungan dengan Tugas Akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan belum dipublikasikan oleh siapapun sebelumnya.** Bila dikemudian hari ternyata terbukti 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, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-Exclusive Royalty Free Right) atas Tugas Akhir saya. Dengan hak ini, 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 di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel atau buku.

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

Medan, 15 September 2023

Saya yang membuat pernyataan,



Yelline Ciu

ABSTRAK

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh citra merek, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian secara parsial maupun secara simultan. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan metode teknik *probability sampling* dengan pendekatan *accidental sampling*, dan jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 150 responden. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, kuesioner dan studi dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa secara parsial citra merek, harga, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Pada hasil secara simultan, citra merek, harga, dan promosi berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan hasil koefisien determinasi sebesar 40.4% dan sisanya 59.6% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti di dalam penelitian ini.

Kata Kunci : citra merek, harga, promosi, dan keputusan pembelian



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyse the effect of brand image, price, and promotion on purchasing decisions partially or simultaneously. The sampling technique used a probability sampling technique with an accidental sampling approach, and the number of samples in this study were 150 respondents. The data analysis method uses multiple linear regression analysis. Data collection was carried out by interview, questionnaire and documentation study. Based on the research results obtained that partially brand image, price, and promotion have a positive and significant effect on purchasing decisions. In the results simultaneously, brand image, price, and promotion have a simultaneous and significant effect on purchasing decisions with a coefficient of determination of 40.4% and the remaining 59.6% is explained by other factors not examined in this study.

Keywords: *brand image, price, promotion, and purchasing decisions*



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

KATA PENGANTAR

Ucapan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmatNya penulis dapat mengajukan skripsi ini yang disusun guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

Penelitian ini merupakan tugas akhir guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Mikroskil.

Ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini, baik itu keluarga, teman, dan kolega. Selama melakukan penelitian dan penulisan skripsi ini, peneliti banyak memperoleh bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus kepada:

1. Bapak Ir. Mbayak Ginting, S. Kom., M.M, selaku dosen Pembimbing 1 yang telah meluangkan waktu, saran, motivasi, bimbingan serta pengarahan sehingga skripsi ini dapat di selesaikan.
2. Ibu Purnaya Sari Tarigan, S.E., M.Si, selaku pendamping pembimbing yang telah meluangkan waktu, saran, motivasi, bimbingan serta pengarahan sehingga skripsi ini dapat di selesaikan.
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 Medan.
5. Ibu Suci Pertiwi S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil Medan.
6. Miss Naca Perangin-Angin, S.M., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil.
7. Bapak Pioner Pelawi, S.E., M.Si., selaku Dosen Wali yang telah memberikan arahan kepada penulis untuk menyelesaikan studi ini.
8. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Mikroskil yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang berharga kepada penulis.
9. Perusahaan PT. BinaCipta RasaSejati, Jl. Pulau Kangean No. 1, KIM I, Mabar yang telah memberikan informasi dan data yang diperlukan dalam penyelesaian skripsi ini.

10. Orang tua dan seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan serta bantuan dan doa kepada penulis.
11. Teman-teman yang telah memberikan bantuan dan dorongan kepada penulis
12. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang penulis bagikan, serta pihak-pihak yang tidak bias penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dan mendukung dalam penyelesaian skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan maupun kelebihan. Untuk itu peneliti membuka diri atas segala kritik dan saran yang bersifat membangun dan dapat digunakan sebagai informasi bagi semua yang membutuhkan.

Medan, 08 Januari 2024

Penulis,

Yelline Ciu



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Ruang Lingkup.....	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.6 Originalitas	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Landasan Teori.....	10
2.1.1 Manajemen Pemasaran	10
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	10
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	12
2.1.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian	12
2.1.3.2 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	13
2.1.3.3 Jenis Pengambilan Keputusan Membeli	15
2.1.3.4 Proses Keputusan Pembelian.....	17
2.1.3.5 Indikator Keputusan Pembelian.....	18
2.1.4 Citra Merek	20
2.1.4.1 Pengertian Citra Merek	20
2.1.4.2 Faktor yang Membentuk Citra Merek	21
2.1.4.3 Manfaat Citra Merek	22
2.1.4.4 Unsur Citra Merek	22
2.1.4.5 Indikator Citra Merek	24
2.1.5 Harga.....	24

2.1.5.1	Pengertian Harga	24
2.1.5.2	Strategi Pembentukan Harga	25
2.1.5.3	Faktor yang mempengaruhi Harga	27
2.1.5.4	Tujuan Penetapan Harga	30
2.1.5.5	Indikator Harga	31
2.1.6	Promosi	31
2.1.6.1	Pengertian Promosi	31
2.1.6.2	Bauran Promosi	32
2.1.6.3	Tujuan Promosi	35
2.1.6.4	Jenis-jenis Promosi	35
2.1.6.5	Klasifikasi Strategi Promosi	36
2.1.6.6	Indikator Promosi	37
2.2.	Review Penelitian Terdahulu	38
2.3.	Kerangka Konseptual	42
2.4.	Pengembangan Hipotesis	43
2.4.1	Pengaruh Variabel Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	43
2.4.2	Pengaruh Variabel Harga Terhadap Keputusan Pembelian	43
2.4.3	Pengaruh Variabel Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	43
2.4.4	Pengaruh Variabel Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	44
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	45
3.1.	Jenis Penelitian	45
3.2.	Objek Penelitian	45
3.3.	Populasi dan Sampel	45
3.3.1.	Populasi	45
3.3.2.	Sampel	46
3.4.	Metode Pengumpulan Data	47
3.4.1.	Data Primer	47
3.4.2.	Data Sekunder	48
3.5.	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	48
3.6.	Metode Analisis Data	50
3.6.1.	Analisis Statistik Deskriptif	50

3.6.2. Pengujian Kualitas Data.....	50
3.6.2.1 Uji Validitas.....	51
3.6.2.2 Uji Reliabilitas	51
3.6.3. Pengujian Asumsi Klasik.....	51
3.6.3.1 Uji Normalitas	52
3.6.3.2 Uji Multikolinearitas.....	52
3.6.3.3 Uji Heterokedastisitas	52
3.6.4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	53
3.6.5. Pengujian Hipotesis.....	54
3.6.5.1 Pengujian Hipotesis Parsial	54
3.6.5.2 Pengujian Hipotesis Simultan.....	54
3.6.5.3 Koefisien Determinasi (R^2)	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1. Sejarah Umum Perusahaan.....	55
4.1.1. Proses Pengumpulan Data Kuesioner.....	56
4.1.2. Gambaran Umum Responden.....	57
4.1.3. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	58
4.1.4. Hasil Uji Kualitas Data	61
4.1.4.1 Uji Validitas	61
4.1.4.2 Uji Reliabilitas	62
4.1.5. Hasil Uji Asumsi Klasik	63
4.1.5.1 Uji Normalitas	63
4.1.5.2 Uji Multikolinearitas	65
4.1.6 Uji Heterokedastisitas	66
4.1.7 Hasil Uji Hipotesis	69
4.1.7.1 Uji Parsial (uji t).....	69
4.2. Pembahasan	71
4.2.1. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	71
4.2.2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	73
4.2.3. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	75
4.2.4. Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1. Kesimpulan.....	81
5.2. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA.....	83

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Review Penelitian Terdahulu	40
Tabel 3.1 Skala Likert	48
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian	49
Tabel 4.1 Penyebaran Kuesioner	56
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	57
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Citra Merek	58
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Harga	59
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Promosi.....	59
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Keputusan Pembelian.....	60
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	61
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	63
Tabel 4.11 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov.....	64
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas	65
Tabel 4.13 Hasil Uji Glejser	67
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	68
Tabel 4.15 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	69
Tabel 4.16 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	70
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penjualan PT. BinaCipta RasaSejati Medan (2022).....	2
Gambar 1.2 Pra Survey Keputusan Pembelian (2023).....	3
Gambar 1.3 Pra Survey Citra Merek (2023).....	4
Gambar 1.4 Pra Survey Harga (2023).....	5
Gambar 1.5 Pra Survey Promosi (2023).....	6
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	42
Gambar 4.1 Hasil Grafik Uji Normalitas	63
Gambar 4.2 Hasil Grafik Uji Normal P-P Plot.....	64
Gambar 4.3 Hasil Grafik Uji Scatterplot.....	66



UNIVERSITAS
MIKROSKIL