

**PENGARUH HARGA, CITRA MEREK, PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PEMBALUT HERBAL MEREK
NATESH (STUDI KASUS PADA KONSUMEN NATESH DI
MEDAN)**

SKRIPSI



Oleh :

**CINDY
NIM. 17.711.0552**

**UNIVERSITAS
MIKROSKIL**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MIKROSKIL
MEDAN
2022**

**THE INFLUENCE OF PRICE, BRAND IMAGE AND
PROMOTION ON NATESH HERBAL SANITARY PAD
PURCHASE DECISIONS (CASE STUDY BASED OF NATESH
CUSTOMER IN MEDAN)**

FINAL RESEARCH



By :

CINDY

STUDENT NUMBER: 177110552



**STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT
FACULTY OF BUSINESS
UNIVERSITAS MIKROSKIL
MEDAN
2022**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH HARGA, CITRA MEREK, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PEMBALUT HERBAL
MEREK NATESH (STUDI KASUS PADA KONSUMEN NATESH
DI MEDAN)**


SKRIPSI

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

Oleh :

**CINDY
NIM.177110552**

Disetujui oleh:
Dosen Pembimbing,


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

Medan, 11 Juli 2022

Diketahui dan Disahkan Oleh:
Ketua Program Studi
Manajemen,



(Apren Halomoan Hutasoit, 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 : 177110552
Nama : Cindy

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

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Harga, Citra Merek, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pembalut Herbal Merek Natesh (Studi Kasus Pada Konsumen Natesh Di Medan)

Sehubungan dengan Tugas akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya 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 isi Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel dan buku.

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

Medan, 2 Juni 2022

Saya yang membuat pernyataan,



Cindy

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga, Citra Merek, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pembalut Herbal Merek Natesh (Studi Kasus Pada Konsumen Natesh Di Medan). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih untuk mengetahui pengaruhnya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Natesh di Medan sebanyak 96 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Berdasarkan penelitian diperoleh bahwa variabel Harga, Citra Merek, dan Promosi secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dan Secara parsial, variabel Harga, Citra Merek dan Promosi juga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Hasil koefisien determinasi adalah sebesar 53%, hal ini menunjukkan bahwa variabel yang terdiri dari harga, citra merek dan promosi mempengaruhi variabel keputusan pembelian sebesar 53%. Sementara sisanya sebesar 47% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

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



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the effect of Price, Brand Image, and Promotion on Natesh Brand Herbal Sanitary Pad purchasing decisions (Case Study on Natesh Customers in Medan). The method used in this research is Associative. Associative research is research that aims to determine the relationship between two or more variables to determine their effect. The population in this study amounted to 96 Natesh customers in Medan. The method of data analysis used multiple linear regression analysis. Based on the research, it was found that the price, brand image and promotion variables simultaneously influence the purchasing decision and partially variables price, brand image and promotion also affect purchasing decisions. The result of the coefficient of determination is 53%, this shows that the variables consisting of price, brand image and promotion affect the purchasing decision variables by 53%. While the remaining 47% is explained by other variables not examined in this study.

Keywords: price, brand image, promotion, purchase decision.



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan sebuah karya tulis dengan judul “Pengaruh Harga, Citra Merek, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pembalut Herbal Merek Natesh (Studi Kasus Pada Konsumen Natesh Di Medan).” yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan Program Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen 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 1 yang telah memberikan waktu, saran, bimbingan, semangat serta pengarahan yang berharga sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Bapak Pioner Pelawi, S.E., M.Si. selaku Pendamping pembimbing yang telah memberikan waktu, saran, bimbingan, semangat serta pengarahan yang berharga sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Bapak Dr. Pahala Sirait, S.T, M.Kom, selaku Rektor Universitas Mikroskil Medan.
4. Bapak Ir. Mbayak Ginting, S.Kom., M.M, selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan.
5. Bapak Apren Halomoan Hutasoit, S.E., M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil Medan.
6. Dosen STIE-Mikroskil yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis.
7. Kepada Orang tua saya, Bapak Kokmin dan Ibu Rogina yang selalu memberikan doa, dukungan dan kasih sayang serta perhatian yang tak terhingga, dan kepada adik saya Vivi yang selalu memberikan doa dan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
8. Mentor- mentor saya di Komunitas YES : Bapak Chandra Putra Negara, Bapak Hendrivino Boentoro, Bapak Christianto Felix, Bapak Arif Surianggo, Bapak Adriel Edgard, Bapak Adrian The dan Ibu Merie Wensu untuk segala

bimbingan dan dukungannya selama ini sehingga saya memiliki semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.

9. Kepada para senior, sahabat, teman-teman jurusan Manajemen Bisnis dan Manajemen Pemasaran Angkatan 2017, para responden penelitian yang sudah banyak membantu dan memberikan semangat dan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
10. Pihak-pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung.

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.

Medan, Juni 2022

Penulis,
Cindy



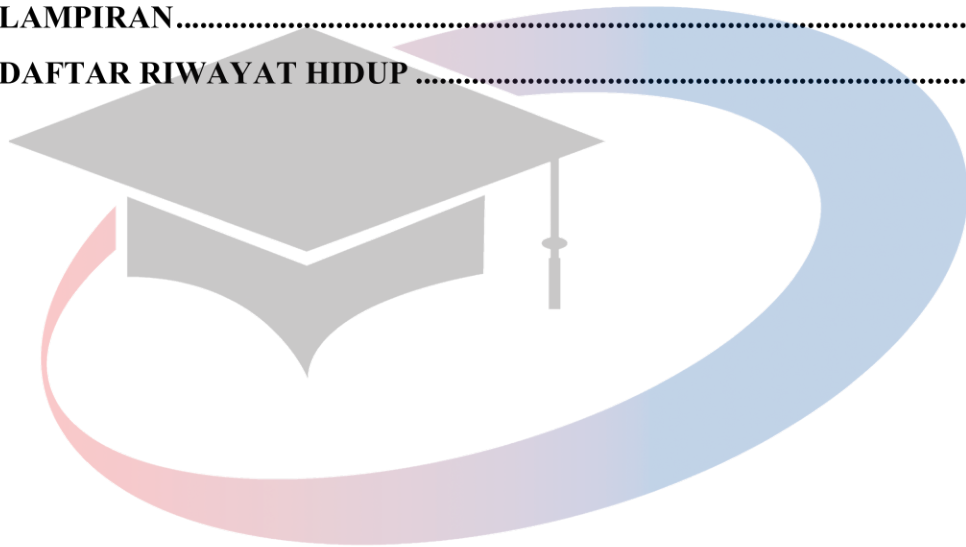
UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Ruang Lingkup	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.6 Originalitas Penelitian.....	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Pemasaran	9
2.1.2 Keputusan Pembelian	12
2.1.3 Harga.....	17
2.1.4 Citra Merek.....	22
2.1.5 Promosi	27
2.2 Review Penelitian Terdahulu.....	29
2.3 Kerangka Konseptual.....	33
2.4 Pengembangan Hipotesis	34
2.4.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	34
2.4.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	35
2.4.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	35
2.4.4 Pengaruh Harga, Citra Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	36
BAB 3 METODE PENELITIAN	38

3.1	Jenis Penelitian	38
3.2	Objek Penelitian.....	38
3.3	Populasi dan Sampel.....	38
3.3.1	Populasi.....	38
3.3.2	Sampel	38
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	39
3.4.1	Penelitian Lapangan.....	39
3.4.2	Studi Kepustakaan	40
3.5	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	41
3.6	Metode Analisis Data.....	42
3.6.1	Analisis Stastistik Deskriptif	43
3.6.2	Pengujian Kualitas Data.....	43
3.6.3	Pengujian Asumsi Klasik.....	44
3.6.4	Analisis Regresi Linear Berganda	45
3.6.5	Pengujian Hipotesis	46
BAB 4 HASIL PENELITIAN		48
4.1	Hasil Penelitian	48
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan	48
4.1.2	Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner	50
4.1.3	Karakteristik Responden.....	51
4.1.4	Hasil Statistik Deskriptif.....	52
4.1.5	Hasil Uji Kualitas Data	56
4.1.6	Hasil Uji Asumsi Klasik	60
4.1.7	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	64
4.1.8	Hasil Uji Hipotesis.....	66
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian.....	68
4.2.1	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pembalut Herbal Natesh (Studi kasus pada konsumen Natesh di Medan).....	68
4.2.2	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pembalut Herbal Natesh (Studi kasus pada konsumen Natesh di Medan).....	69
4.2.3	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pembalut Herbal Natesh (Studi kasus pada konsumen Natesh di Medan).....	71

4.2.4	Pengaruh Harga, Citra Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pembalut Herbal Natesh (Studi kasus pada konsumen Natesh di Medan).....	72
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN		75
5.1	Kesimpulan	75
5.2	Saran	75
DAFTAR PUSTAKA.....		77
LAMPIRAN.....		85
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		135



UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahapan Keputusan Pembelian	16
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	34
Gambar 4.1 Hasil Grafik Histogram Uji Normalitas	61
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Normal P-Plot	61
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas <i>Scatterplot</i>	63



UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Natesh di Kantor Cabang KK Medan	2
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1 Skala <i>Likert</i>	40
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	42
Tabel 4.1 Rincian Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner	50
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Pemakaian	51
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Instrumen Keputusan Pembelian	52
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Instrumen Harga	53
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Instrumen Citra Merek	54
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Instrumen Promosi	55
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	56
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Harga	56
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek	57
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	58
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian	58
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga	59
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek	59
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi	59
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas	60
Tabel 4.17 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	62
Tabel 4.18 Hasil Uji Gletjser	63
Tabel 4.19 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	64
Tabel 4.20 Pengujian Secara Parsial (Uji t)	65
Tabel 4.21 Pengujian Secara Simultan (Uji F)	66
Tabel 4.22 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	85
Lampiran 2 Distribusi Jawaban Responden.....	91
Lampiran 3 Uji Statistik Deskriptif.....	103
Lampiran 4 Hasil Pengolahan Data SPSS.....	105
Lampiran 5 Tabel Distribusi Penelitian	117
Lampiran 6 Surat Keterangan Penelitian Perusahaan	135



UNIVERSITAS MIKROSKIL