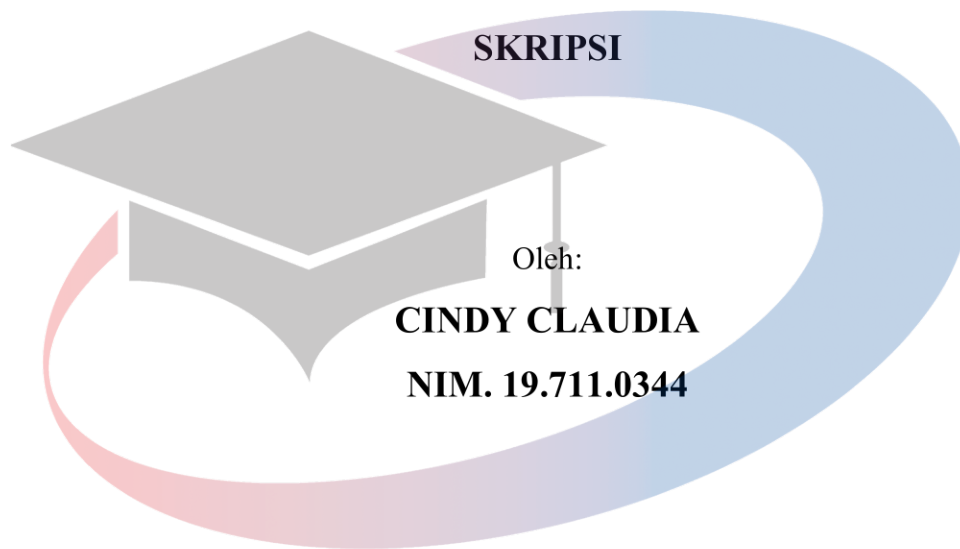


**PENGARUH *BRAND IMAGE*, PROMOSI, DAN HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH PUCUK HARUM (STUDI  
KASUS PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI  
MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS MIKROSKIL)**



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

**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PROMOTION AND  
PRICE ON PURCHASE DECISION OF PUCUK HARUM TEA  
(CASE STUDY STUDENTS OF MANAGEMENT  
STUDY PROGRAM FACULTY OF BUSINESS  
MIKROSKIL UNIVERSITY)**



UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

**STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT  
FACULTY OF BUSINESS  
UNIVERSITY OF MIKROSKIL  
MEDAN  
2023**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, PROMOSI, DAN HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH PUCUK HARUM (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:

**CINDY CLAUDIA  
NIM. 19.711.0344**

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing,

  
Nasrul Hendif, S.E., M.Si.

Medan, 8 Agustus 2023

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 : 197110344

Nama : Cindy Claudia

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

Judul Tugas Akhir : Pengaruh *Brand Image*, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Teh Pucuk Harum (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil)

Tempat Penelitian : Universitas Mikroskil

Alamat Penelitian : Jl. Thamrin Mo. 124, 140, 112 Medan

No. Telp : 061-4573767


Sehubungan dengan Tugas Akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa **Penelitian dari 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 Hal Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas Tugas Akhir saya. Dengan hak ini, Universitas Mikroskil Medan 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 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 tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, 8 Juli 2023

Saya yang membuat pernyataan,

  
Cindy Claudia

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand image*, promosi dan harga terhadap keputusan pembelian Teh Pucuk Harum (studi kasus pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil). Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dilakukan dengan penyebaran kuesioner secara *online* menggunakan *google form* terhadap 97 sampel yaitu pada mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil pengujian secara parsial (Uji t) menunjukkan bahwa variabel *brand image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian, promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Secara simultan *brand image*, promosi, dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh *brand image*, promosi dan harga sebesar 63.2%, sedangkan sisanya sebesar 36.8% dijelaskan oleh pengaruh faktor lain atau variabel lain diluar model yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci :** *Brand\_Image, Promosi, Harga, Keputusan\_Pembelian*



# UNIVERSITAS MIKROSKIL

## ABSTRACT

This study aims to determine the Influence of brand image, promotion and price on the purchase decision of Teh Pucuk Harum (Case Study on Students of the Management Study Program, Faculty of Business, Mikroskil University). The study using the purposive sampling was carried out by distributing questionnaires online using google forms on 97 samples, namely in students of the Management Study Program, Faculty Business, Mikroskil University. The data analysis method used is multiple linear regression. Partial test results (Test t) show that the Variables of brand image affect purchasing decision, promotion affect purchasing decision, and price affect purchasing decision. Simultaneously, brand image, promotion, and price han an effect on purchasing decision. Purchasing decision were influenced by brand image, promotion, and price by 63.2%, while the remaining 36.8% was explained by the influence of other factors or other variables outside the model that were not studied in this study.

Keywords : *Brand\_ Image, Promotion, Price, Purchase\_ Decision*



UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan anugerah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Image*, Promosi, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Teh Pucuk Harum (Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil)”

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian dari persyaratan-persyaratan akademik guna menyelesaikan Program Studi Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Mikroskil Medan. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan lancar dengan baik tanpa adanya bimbingan, nasihat, bantuan dan dukungan yang berarti dari berbagai pihak yang dengan ikhlas meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Nasrul Efendi, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan segala waktu, tenaga, bimbingan dan arahnya serta motivasi yang sangat berharga baik itu dalam menempuh studi maupun selama penyusunan skripsi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Naca Perangin-Angin, S.M., M.Si., selaku Dosen Pendamping Pembimbing yang telah bersedia meluangkan segala waktu, tenaga, bimbingan dan arahnya serta motivasi yang sangat berharga baik itu dalam 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 Medan yang telah membantu dalam kelancaran akademis
4. Ibu Agustina, S.Kom., M.Sc., Ph.D, selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan yang telah membantu dalam kelancaran akademis.
5. Ibu Suci Pertiwi, S.E., M.Si., Ketua Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil Medan.
6. Ibu Sherly Joe, S.Kom., M.M., selaku Dosen Wali yang selalu memberikan motivasi dan dukungan.

7. Seluruh Staff dan Dosen Pengajar Universitas Mikroskil Medan yang telah memberikan ilmu pengetahuan, motivasi dan bimbingan yang sangat berharga bagi penulis.
8. Orang tua penulis dan seluruh keluarga yang telah membesarkan dan mendidik penulis yang tak pernah lelah untuk memberikan doa, dukungan dan kasih sayang serta perhatian yang tak terhingga.
9. Saudara penulis Desyca Claudia, Sherina Claudia, dan Vincent Zhuo yang selalu memberikan doa, dukungan, dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi.
10. Teman penulis Tomy Wijaya Hasim, Alvin Leo, Fanny lieyanti, Johnson Rouslie Junior, Agrini Checil Rilliana Sinaga, Felicia Faustina, Ellisa Wijaya, Jesslyn, Silvia Generosa Situngkir yang telah memberikan motivasi, bantuan dan saran selama penyusunan skripsi ini.
11. Teman-teman seperjuangan penulis Adinda Gusmita Z Nur, Catherine B, Delima Pardede, Nita Veronika Silitonga, dan Key Cellowan Gannon serta seluruh keluarga besar Manajemen Bisnis Mikroskil 2019-2023 yang telah memberikan motivasi, bantuan dan saran selama penyusunan skripsi ini.
12. 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 tugas akhir ini.

Akhir kata peneliti, mohon maaf jika terdapat kesalahan dalam penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk pengembangan ilmu ekonomi khususnya di bidang manajemen serta dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Medan, 8 Juli 2023

Penulis 

Cindy Claudia 

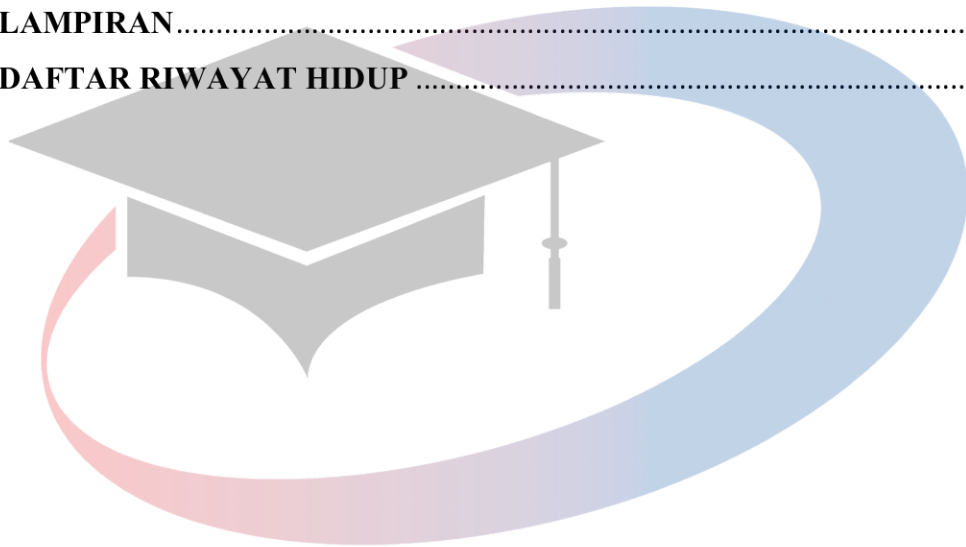


## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	7
1.3. Ruang Lingkup .....	7
1.4. Tujuan Penelitian.....	8
1.5. Manfaat Penelitian.....	8
1.6. Originalitas Penelitian .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b> .....	10
2.1. Landasan Teori .....	10
2.1.1. Pengertian Pemasaran .....	10
2.1.2. Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.3. Bauran Pemasaran.....	11
2.1.4. Keputusan Pembelian.....	12
2.1.5. Brand Image .....	16
2.1.6. Promosi .....	18
2.1.7. Harga .....	22
2.2. Review Penelitian Terdahulu .....	28
2.3. Kerangka Konseptual .....	31
2.4. Pengembangan Hipotesis .....	33
2.4.1 Pengaruh Variabel Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Teh Pucuk Harum.....	33
2.4.2. Pengaruh Variabel Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Teh Pucuk Harum .....	34

2.4.3.	Pengaruh Variabel Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Teh Pucuk Harum .....	34
2.4.4.	Pengaruh Variabel Brand Image, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Teh Pucuk Harum.....	35
<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
3.1.	Jenis Penelitian .....	37
3.2.	Objek Penelitian .....	37
3.3.	Populasi Dan Sampel.....	37
3.3.1.	Populasi.....	37
3.3.2.	Sampel.....	38
3.4.	Metode Pengumpulan Data .....	38
3.4.1.	Penelitian Lapangan (Field Research) .....	38
3.4.2.	Studi Kepustakaan (Data Sekunder) .....	40
3.5.	Variabel Penelitian Dan Defenisi Operasional Variabel .....	40
3.6.	Metode Analisis Data .....	41
3.6.1.	Statistik Deskriptif .....	41
3.6.2.	Pengujian Kualitas Data .....	42
3.6.3.	Pengujian Asumsi Klasik .....	43
3.6.4.	Analisis Regresi Linier Berganda .....	45
3.6.5.	Uji Hipotesis .....	45
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>47</b>
4.1	Hasil Penelitian.....	47
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	47
4.1.2	Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner .....	48
4.1.3	Gambaran Umum Responden .....	49
4.1.4	Hasil Statistic Deskriptif .....	51
4.1.5	Hasil Uji Kualitas Data .....	55
4.1.6	Hasil Uji Asumsi Klasik .....	58
4.1.7	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	62
4.1.8	Hasil Uji Hipotesis .....	63
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian.....	66
4.2.1	Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian.....	66
4.2.2	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	67

4.2.3	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	68
4.2.4	Pengaruh Brand Image, Promosi, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	70
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>72</b>
5.1	Kesimpulan.....	72
5.2	Saran.....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>74</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>77</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>		<b>108</b>



# UNIVERSITAS MIKROSKIL

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	32
Gambar 4.1 Grafik Histogram Uji Normalitas.....	59
Gambar 4.2 Hasil Pengujian Normal Probability Plot.....	60
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot .....	61



# UNIVERSITAS MIKROSKIL

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kategori Teh Kemasan Top Brand periode 2019 - 2022 .....	3
Tabel 1.2 Perbandingan Harga Teh Kemasan .....	6
Tabel 2.1 Review Penelitian Terdahulu .....	30
Tabel 3.1 Data Kriteria Sampel.....	38
Tabel 3.3 Skala Likert .....	39
Tabel 3.4 Defenisi Operasional Variabel .....	41
Tabel 4.1 Tingkat Pengembalian Kuesioner .....	49
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	50
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian .....	50
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator <i>Brand Image</i> .....	51
Tabel 4.6 Distribusi Responden Berdasarkan Indikator Promosi .....	52
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Harga .....	53
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Keputusan Pembelian.....	54
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	56
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas untuk Variabel Brand Image (X1).....	57
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas untuk Variabel Promosi (X2).....	57
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas untuk Variabel Harga (X3).....	57
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas untuk Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	58
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinieritas .....	58
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas .....	60
Tabel 4.16 Hasil Uji Glejser .....	62
Tabel 4.17 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	63
Tabel 4.18 Hasil Pengujian Uji Parsial (Uji t) .....	64
Tabel 4.19 Hasil Pengujian Uji Simultan (Uji F).....	65
Tabel 4.20 Hasil Pengujian Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	65

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	77
Lampiran 2 Distribusi Jawaban Responden.....	80
Lampiran 3 Uji Statistik Deskriptif.....	92
Lampiran 4 Hasil Pengolahan Data Spss .....	94
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	99
Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	102
Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis .....	103
Lampiran 8 Tabel Distribusi T Dan R.....	104
Lampiran 9 Tabel Distributif F .....	105



UNIVERSITAS  
MIKROSKIL