

**PENGARUH PROMOSI, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PESENKOPI SUKUN MALANG**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi



Oleh :

RIO RAHARDJO SULISTIAWAN

Nomor Pokok : K.2020.1.35394
Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen Marketing

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)

MALANGKUÇEÇWARA

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

2024

Lembar Judul

**PENGARUH PROMOSI, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PESENKOPI SUKUN MALANG**

SKRIPSI

*Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi*



Oleh :

RIO RAHARDJO SULISTIAWAN

Nomor Pokok : K.2020.1.35394
Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen Marketing

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)
MALANGKUÇEÇWARA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH PROMOSI, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PESENKOPI SUKUN MALANG

Oleh :

RIO RAHARDJO SULISTIAWAN

K.2020.1.35394

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal :

23 Pebruari 2024 dan dinyatakan LULUS

Menyetujui,

Dosen Pembimbing

Drs. TAUFIK DJAFRI, MM

Mengetahui,

Ketua STIE Malangkuçewara

Drs. BUNYAMIN, M.M., Ph.D
NIK 202.710.182

Lembar Orisinalitas

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU nomor 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)



NPK: K.2020.1.35394

SURAT KETERANGAN RISET

SURAT KETERANGAN RISET

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Drs. Taufik Djafri, MM.
NIK : 202.710.019

Sebagai dosen pembimbing skripsi dari:

Nama : Rio Rahardjo Sulistiawan
NPK : K.2020.1.35394
Program Studi : Manajemen
Alamat :
No HP :
E-mail :

menerangkan bahwa mahasiswa STIE Malangkuççwara tersebut telah mengadakan riset dengan data diambil dari: UMKM Malang Raya

Data digunakan untuk menyelesaikan skripsi dengan judul:

“PENGARUH PROMOSI, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PESENKOPI SUKUN MALANG”

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 7 Januari 2024
Dosen pembimbing skripsi,


(Drs. Taufik Djafri, MM.)
NIK 202.710.019

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. Bunyamin, MM., PhD selaku ketua STIE Malangkecewara
2. Ibu Dra. Lindananti, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen
3. Ibu Dra. Dwi Danesty Deccasari, M.M. selaku dosen wali selama perkuliahan
4. Bapak Drs. Taufik Djafri, MM selaku dosen pembimbing selama pengerjaan skripsi
5. Bapak dan Ibu Dosen STIE Malangkecewara yang telah membantu pengerjaan skripsi

Rekan-rekan penulis dan semua pihak yang telah banyak memberikan bantuan untuk ikut berperan serta dalam memperlancar penelitian dan penulisan skripsi ini. Sujud dan terima kasih yang penulis sampaikan kepada Bapak Totok Sulistiawan dan Ibu Eri Widi Astutik selaku orang tua penulis atas dukungan dan dorongan yang kuat serta doa yang tiada putus-putusnya dipanjatkan kehadiran Allah swt. sehingga penulis bisa menyelesaikan studi di STIE Malangkecewara.

Malang, 03 Oktober 2024

Penulis,

Rio Rahardjo Sulistiawan

Abstrak

Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan final yang dimiliki seorang konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa dengan berbagai pertimbangan-pertimbangan tertentu. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh promosi, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada Pesenkopi Sukun Malang. Metode dalam penelitian ini random sampling yang menghasilkan data primer dengan menggunakan kuesioner, dimana responden adalah 100respondenpengunjung Pessenkopi Sukun Malang. Data yang terkumpul akan diuji melalui uji validitas, uji realibilitas, uji asumsi klasik, dan analisis linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa prmosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Promosi; harga; citra merek ; keputusan pembelian

ABSTRACT

A purchase decision is a final decision that a consumer has to buy a good or service with a variety of specific considerations. This research was carried out with the aim of testing and analyzing the influence of promotions, prices and brand image on the purchase decision on Malang Sukun Pesenkopi. The method in this study is random sampling which produces primary data using a questionnaire, where the respondents are 100 respondents visitors Malang Pessenkopi Sukun. The data collected will be tested through validity tests, realism tests, classical assumption tests, and double linear analysis. The results of this study show that promotions have a positive and significant influence on purchasing decisions, prices have a significant and positive impact on purchase decisions and brand image variables have a negative and significant impact on buying decisions.

Keywords: *promotion; price; brand image; purchase decision*

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kepada ALLAH SWT, atas limpahan rahmat dan hidayah-Mu penulis dapat menyajikan skripsi yang berjudul: Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Pesenkopi Sukun Malang

Penyusun mengucapkan banyak terimakasih berkat dukungan, bimbingan, nasihat, serta doa yang begitu tulus sehingga skripsi ini dapat selesai . Terima kasih kepada banyak pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat.

Sangat disadari bahwa dengan kekurangan dan keterbatasan yang penulis miliki, meskipun telah mengerahkan segala kemampuan untuk lebih teliti, tetapi penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyajian tulisan di skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran yang membangun agar tulisan ini lebih baik lagi.

Malang, 07 Februari 2024
Penulis,

Rio Rahardjo Sulistiawan

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	II
LEMBAR PENGESAHAN	III
LEMBAR ORISINALITAS	IV
SURAT KETERANGAN RISET	V
RIWAYAT HIDUP	VI
UCAPAN TERIMAKASIH	VII
ABSTRAK	VIII
ABTRACT	IX
KATA PENGANTAR	X
DAFTAR ISI	XI
DAFTAR TABEL	XIII
DAFTAR GAMBAR	XIV
DAFTAR LAMPIRAN	XV
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Tinjauan Teori.....	6
2.2 Penelitian Terdahulu	15

2.3 Kerangka Pemecahan Masalah	19
2.4 Pengembangan Hipotesis	19
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian.....	22
3.2 Populasi dan Sampel	22
3.3 Variabel, Operasionalisasi dan Pengukuran.....	23
3.4 Metode Pengumpulan Data	25
3.5 Prosedur Analisis	25
BAB IV HASIL DAN PENELITIAN	31
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	31
4.2 Analisis Deskriptif.....	35
4.3 Uji Instrumen Penelitian.....	38
4.4 Uji Asumsi Klasik	40
4.5 Regresi Linier Berganda.....	43
4.6 Uji Hipotesis	45
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	48
BAB V PENUTUP.....	52
4.1 Kesimpulan.....	52
4.2 Kontribusi Penelitian	52
4.3 Keterbatasan Penelitian	53
4.4 Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN.....	58

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1 Variabel, Operasional, dan Pengukuran.....	24
Tabel 4.1 Jenis Kelamin	32
Tabel 4.2 Usia Responden.....	32
Tabel 4.3 Profesi Responden.....	33
Tabel 4.4 Tujuan Kunjungan Responden.....	34
Tabel 4.5 Pendapatan Responden	34
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Variabel Promosi (X1).....	35
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Variabel Harga (X2)	36
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek (X3).....	37
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	37
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas.....	38
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	40
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	41
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas	42
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroketaditas	42
Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	44
Tabel 4.16 Hasil Uji Determinasi.....	45
Tabel 4.17 Hasil Uji T.....	46
Tabel 4.18 Hasil Uji F.....	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peningkatan Penjualan	3
--	---

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	58
Lampiran 2: Tabel Tabulasi Responden.....	63
Lampiran 3: Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	65
Lampiran 4: Hasil Uji Asumsi Klasik	73
Lampiran 5: Hasil Uji Regresi Moderasi	74