LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **MARCEL PRASTYO PRATAMA**

NIM 1816120116

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kapal Api Di Kecamatan Panongan Kabupaten Tangerang.

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata dikemudian hari skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggung jawabkannya sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Perdana Indonesia dan Undang – Undang Pendidikan Republik Indonesia.

Demikian pernyataan saya buat dalam keadaan sadar tidak dipaksakan.

Tangerang, 10 Februari 2023

Penulis

(Marcel Prastyo Pratama)

ii

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA	: MARCEL PRASTYO PRATAMA
NIM	1816120116
PROGRAM STUDI	: MANAJEMEN
JENJANG	: STRATA SATU (S1)
JUDUL SKRIPSI	: Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kapal Api Pada Masyarakat Kecamatan Panongan Kabupaten Tangerang.

Telah disetujui dan di terima baik oleh pembimbing skripsi guna melengkapi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Perdana Indonesia.

Disetujui oleh :

Ketua Program Studi Manajemen,	Dosen Pembimbing
Drs. Satrias Djmaran, S.E., M.M	**Ischak P.Lumbantobing,S,Si.,M.Si**

iii

PENGESAHAN PENELITIAN SKRIPSI

NAMA	: MARCEL PRASTYO PRATAMA
NIM	1816120116
PROGRAM STUDI	: MANAJEMEN
JENJANG	: STRATA Saturday
JUDUL SKRIPSI	: Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kapal Api Pada Masyarakat Kecamatan Panongan, Kabupaten Tangerang.

Telah dinyatakan lulus ujian skripsi pada tanggal 12 Agustus 2023 sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen dihadapan Tim Penguji di bawah ini.

Pembimbing

Ischak P.Lumbantobing,S,Si.,M.Si.

Tim Penguji :

Ketua : Drs. Satrias Djamaran, S.E., M.M

Anggota : 1. Arsadi, M.M

: 2. Ischak P.Lumbantobing, S,Si., M.Si.

Disahkan pada tanggal 12 Agustus 2023

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi PPI

Ketua,

Dr. H, Juanda, S.E., S.H., M.M

iv

ABSTRAKSI

MARCEL PRASTYO PRATAMA 1816120116
"PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KOPI KAPAL API DI KECAMATAN PANONGAN, KABUPATEN TANGERANG"

Skripsi. Jurusan Manajemen 2023
Kata Kunci : Citra merek. Harga, Keputusan pembelian

Penelitian ini membahas tentang Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Kecamatan Panongan, Kabupaten Tangerang. Maksud penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui tingkat Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi kapal Api Di Kecamatan Panongan, Kabuapten Tangerang. Sampel yang digunakan penulis ini adalah 100 responden, dari seluruh populasi yang tak terhingga, pada penelitian ini analisis data yang dilakukan menggunakan bantuan SPSS versi 25. Pengujian data yang dilakukan oleh peneliti antara lain dengan melakukan uji validitas, uji realibilitas, uji normalitas, analisis korelasi parsial, yang selanjutnya dihitung menggunakan metode koefisien determinasi, uji regrasi linier berganda, uji hipotesis (uji T dan uji F). Berdasarkan hasil analisis korelasi parsial yang selanjutnya dihitung manual dengan menggunakan metode koefisien determinasi dapat diketahui nilai pengaruh dari variabel citra merek, variabel harga terhadap keputusan pembelian adalah 0,661 = 37,3321% dan 0,759 = 57,6081%. Adapun pernyataan berdasarkan nilai R^2 (R Square) = 0,617 yang memiliki pengertian bahwa sumbangan dari Citra Merek (X1) dan Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar 60,17% sedangkan sisanya 39,83% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak di teliti oleh penulis.

Daftar Pustaka (2010-2017).

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puja dan puji serta syukur, penulis panjatkan atas ridho Allah SWT atas segala petunjuk bimbingan dan kemudahaan yang diberikan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu sebagaimana yang diharapkan. Adapun judul skripsi ini adalah : Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kapal Api Di Kecamatan Panongan Kabupaten Tangerang.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan mampu diselesaikan tanpa adanya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan bantuannya, terutama kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. H. Juanda, S.E., S.H., M.M. Selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Perdana Indonesia (STIE PPI) Tangerang.
2. Bapak Drs. Satrias Djamaran, S.E., M.M. Selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE PPI Tangerang.
3. Bapak Ischak P. Lumbantobing, S,Si., M.Si. Selaku Pembimbing dalam penulisan skripsi ini.
4. Segenap Dosen STIE PPI yang telah memberikan pembelajaran selama mengikuti perkuliahan di STIE PPI.
5. Seluruh staff STIE PPI yang telah memberikan pelayanan dalam menunjang proses pembelajaran di STIE PPI.

6. Seluruh keluarga yang telah membantu dan tidak pernah lelah mendokan dan memberikan dukungan kepada saya untuk terus belajar.
7. Seluruh teman-teman STIE PPI regular malam yang telah membantu bekerjasama selama menempuh perkuliahan.
8. Pada masyarakat dan teman-teman di Kecamatan Panongan, Kabupaten Tangerang. Selaku responden penelitian.

Pada akhirnya penulis berharap semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri maupun bagi peneliti selanjutnya yang memperlukan sebagai bahan referensi dikemudian hari.

Tangerang, 09 Febuari 2023

Marcel Prastyo Pratama

DAFTAR ISI

Halaman

Halaman Judul i

Halaman Pernyataan ii

Halaman Persetujuan Skripsi iii

Halaman Pengesahan Penelitian Skripsi iv

Abtraksi v

Kata Penghantar vi

Daftar Isi viii

Daftar Tabel xi

Daftar Gambar xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang 1
B. Batasan Masalah 4
C. Rumusan Masalah 5
D. Tujuan Penelitian 5
E. Sistematika Penulisan 6

BAB II LANDASAN TEORI

A. Citra Merek 7
    1. Pengertian Citra Merek 7
    2. Elmen Citra Merek 8
    3. Peran Citra Merek 10
    4. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Citra Merek 11
    5. Manfaat Citra Merek 12
    6. Cara Membangun Citra Merek Yang Kuat 12
    7. Karakteristik Citra Merek 13
    8. Dimensi Citra Merek 14
    9. Indikator Citra Merek 15
B. Harga 16

1. Pengertian Harga 16
2. Penetapan Harga 19
3. Unsur Harga 23
4. Dimensi dan Indikator Harga 24

C. Keputusan Pembelian 26

1. Pengertian Keputusan Pembelian 26
2. Peran Konsumen Dalam Keputusan Pembelian..... 28
3. Tahap-Tahap Keputusan Pembelian 29
4. Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian 30

D. Kerangka Pemikiran 32

E. Hipotesis 33

BAB III METODELOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian 36

B. Jenis dan Data Sumber 38

1. Data Primer 38
2. Data Sekunder..... 38

C. Metode Pengumpulan Data..... 39

1. Data Primer 39
2. Data Sekunder..... 39

D. Populasi dan Sampel 41

1. Populasi..... 41
2. Sampel 41

E. Variabel Penelitian 43

1. Variabel Indipenden..... 43
2. Variabel Depeden..... 44

F. Definisi Oprasional Penelitian 44

G. Teknik Analisa Data 47

1. Uji Validitas..... 47
2. Uji Realibilitas..... 49
3. Uji Normalitas 50
4. Analisis Korelasi Parsial 50
5. Koefisien Determinasi..... 52
6. Analisis Linier Berganda..... 52
7. Uji Hipotesis..... 53

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah Singkat Objek Penelitian 55
1. Alamat Objek Penelitan 56
2. Struktur Organisasi 57
B. Deskripsi Data Penelitian 57
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 57
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan..... 58
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 59
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan..... 60
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 61
C. Deskripsi Data Variabel..... 62
1. Uji Validitas..... 63
a. Validitas Variabel Citra Merek (X1)..... 63
b. Validitas Variabel Harga (X2)..... 64
c. Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) 65
2. Uji Realibilitas 65
a. Realibilitas Citra Merek 65
b. Realibilitas Variabel Harga..... 66
c. Realibilitas Keputusan Pembelian 66
3. Prosentase Jawaban Responden Terhadap Penelitian.. 67
a. Variabel Citra Merek..... 67
b. Variabel Harga..... 70
c. Variabel Keputusan Pembelian..... 74
D. Analisis Hasil Penelitian 77
1. Uji Normalitas 77
2. Hasil Uji Korelasi Parsial (pearson Correlation)..... 79
3. Koefisien Determinan 80
4. Koefisien Linier Berganda 81
5. Uji Hipotesis..... 82
E. Pembahasan 84
BAB V SIMPULAN DAN SARAN
1. Simpulan..... 86
2. Saran..... 87
DAFTAR PUSTAKA..... 89
LAMPIRAN.....

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 3.1 Tabel Skala Likert 40

Tabel 3.2 Tabel Dimensi Dan Indikator 44

Tabel 3.3 Tabel Korelasi Dan Kekuatan Hubungan 51

Tabel 4.1 Usia Responden 57

Tabel 4.2 Pendidikan Responden 58

Tabel 4.3 Jenis Kelamin Responden 59

Tabel 4.4 Penghasilan Responden 60

Tabel 4.5 Pekerjaan Responden 61

Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel Citra Merek 63

Tabel 4.7 Uji Validitas Harga 64

Tabel 4.8 Uji Validitas Keputusan Pembelian 65

Tabel 4.9 Uji Realibilitas Citra Merek 65

Tabel 4.10 Uji Realibilitas Harga 66

Tabel 4.11 Uji Realibilitas Keputusan Pembelian 66

Tabel 4.12 Pendapat Responden Mengenai Pernyataan Variabel Citra Merek1……. 67

Tabel 4.13 Pendapat Responden Mengenai Pernyataan Variabel Citra Merek2…… 67

Tabel 4.14 Pendapat Responden Mengenai Pernyataan Variabel Citra Merek3…… 68

Tabel 4.15 Pendapat Responden Mengenai Pernyataan Variabel Citra Merek4…… 68

Tabel 4.16 Pendapat Reponden Mengenai Pernyataan Variabel Citra Merek5…… 69

Tabel 4.17 Pendapat Responden Mengenai Pernyataan Variabel Citra Merek6…… 69
Tabel 4.18 Pendapat Responden Mengenai Pernyataan Variabel Citra Merek7…… 70
Tabel 4.19 Pendapat Responden Mengenai Pernyataan Variabel Harga1……. 70
Tabel 4.20 Pendapat Responden Mengenai Pernyataan Variabel Harga2……. 71
Tabel 4.21 Pendapat Responden Mengenai Pernyataan Variabel Harga3 71
Tabel 4.22 Pendapat Responden Mengenai Pernyataan Variabel Harga4 72
Tabel 4.23 Pendapat Responden Mengenai Pernyataan Variabel Harga5 72
Tabel 4.24 Pendapat Responden Mengenai Pernyataan Variabel Harga6 73
Tabel 4.25 Pendapat Responden Mengenai Pernyataan Variabel Harga7 73
Tabel 4.26 Pendapat Responden Mengenai Pernyataan Variabel Keputusan Pembelian1 74
Tabel 4.27 Pendapat Responden Mengenai Pernyataan Variabel Keputusan Pembelian2 74
Tabel 4.28 Pendapat Responden Mengenai Pernyataan Variabel Keputusan Pembelian3 75
Tabel 4.29 Pendapat Responden Mengenai Pernyataan Variabel Keputusan Pembelian4 75
Tabel 4.30 Pendapat Responden Mengenai Pernyataan Variabel Keputusan Pembelian5 76
Tabel 4.31 Pendapat Responden Mengenai Pernyataan Variabel Keputusan Pembelian6 76
Tabel 4.32 Pendapat Responden Mengenai Pernyataan Variabel Keputusan Pembelian7 77
Tabel 4.33 Hasil Uji Korelasi Parsial 79
Tabel 4.34 Koefisien Determinasi 80
Tabel 4.35 Koefisien Linier Regresi Berganda 81
Tabel 4.36 Uji t…… 82
Tabel 4.37 Hasil Uji t 82
Tabel 4.38 Uji F ANOVA 83

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir 32
Gambar 4.1 Struktur Organisasi 57
Gambar 4.2 Frekuensi Usia Responden 58
Gambar 4.3 Frekuensi Pendidikan Responden 59
Gambar 4.4 Frekuensi Jenis Kelamin Responden 60
Gambar 4.5 Frekuensi Penghasilan Responden 61
Gambar 4.6 Frekuensi Pekerjaan Responden 62
Gambar 4.7 Hasil Uji Normalitas 78
Gambar 4.8 Histogram Hasil Uji Normalitas 78