

**PENGARUH CITRA MEREK HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
MINUMAN COCA-COLA DI KOTA
SINGARAJA**



UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA

2023

**PENGARUH CITRA MEREK HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
MINUMAN COCA-COLA DI KOTA
SINGARAJA**

SKRIPSI



**Diajukan Kepada
Universitas Pendidikan Ganesha
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Mengikuti
Ujian Skripsi**

**Oleh
Roni Irawan
1517041084**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA**

2023

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS DAN
MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK
UJIAN SKRIPSI**



Pembimbing I,



Ni Nyoman Yulianthini, S.E., MM
NIP. 198207292010122003

Pembimbing II,



Ni Made Dwi Ariani Mayasari, S.E., M.M.
NIP. 198505042015042001


Skripsi oleh Roni Irawan

Telah dipertahankan di depan dewan penguji

Pada tanggal 27 Januari 2023

Dewan Penguji





Ni Nyoman Yulianthini, S.E., MM
NIP. 198207292010122003

(Ketua)


Ni Made Dwi Ariani Mayasari, S.E., M.M
NIP. 198505042015042001

(Anggota)


Komang Krisna Hervanda, S.E., M.M
NIP. 198309212015041001

(Anggota)


Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
Guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi


Pada :

Hari : Jumat
Tanggal : 27 Januari 2023


Mengetahui

Ketua Ujian, Sekretaris Ujian


Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si
NIP. 196810291993032001


Komang Krisna Hervanda, S.E., M.M
NIP. 198309212015041001

Mengesahkan
Fakultas Ekonomi



Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., Ak., M.Si.
NIP. 197906162002121003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Pengaruh Citra Merek Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Coca-Cola di Kota Singaraja” beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika serta kaidah yang berlaku dalam bidang keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap hasil keaslian karya saya ini.



Singaraja, 27 Januari 2023
Yang Membuat Pernyataan,

Roni Irawan
NIM. 1517041084

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Coca-Cola di Kota Singaraja”** dengan tepat waktu.

Terselesaikannya skripsi ini berkat bimbingan, arahan, dan dukungan berbagai pihak, sehingga penulis dapat mengatasi hambatan-hambatan dalam penyusunan skripsi ini. Untuk itu pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. I Wayan Lasmawan, MPd selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., Ak., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
4. Komang Krisna Heryanda, S.E., MM selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
5. Ni Nyoman Yulianthini, S.E., MM selaku Pembimbing I yang penuh tanggung jawab, atas ketegasan dan kesabaran memberikan bimbingan, saran, dan motivasi yang bermanfaat bagi penulis sampai terselesaikannya skripsi ini.
6. Ni Made Dwi Ariani Mayasari, S.E., M.M selaku Pembimbing II yang telah memberikan arahan, petunjuk, bimbingan, dan motivasi sampai terselesaikannya skripsi ini dengan tepat waktu.
7. Dr. I Wayan Bagia M.Si selaku Pembimbing Akademik yang senantiasa terbuka untuk memberikan arahan dan bimbingan selama penulis menjalani masa perkuliahan di Universitas Pendidikan Ganesha.
8. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar di Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.

9. Orang Tua tercinta Bapak (Jadi) dan Ibu (Supriati) yang tiada henti dalam memberikan semangat motivasi dan nasehat berupa moral dan material yang selalu menjadi penyemangat dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Eko Rudianto selaku kakak penulis dan Rina Lestari selaku adik penulis yang senantiasa memberikan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Ni Luh Putu Fitriani yang terkasih yang telah memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Teman-teman program studi Manajemen angkatan 2015.
13. Teman-teman kelas B Manajemen Pemasaran.
14. Semua pihak yang telah mendukung dan memberikan semangat kepada penulis yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang tersaji dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu, demi kesempurnaan skripsi ini, Penulis mengharapkan saran maupun kritik yang sifatnya membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua khususnya bagi pengembangan pengetahuan di bidang manajemen pemasaran.

Singaraja, 27 Februari 2022

Penulis,

DAFTAR ISI

	Halaman
PRAKATA	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian	11
1.3 Pembatasan Masalah Penelitian	12
1.4 Rumusan Masalah Penelitian	12
1.5 Tujuan Penelitian	12
1.6 Manfaat Hasil Penelitian	13
BAB II KAJIAN TEORI	14
2.1 Keputusan Pembelian	14
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian	14
2.1.2 Dimensi Keputusan Pembelian	14
2.1.3 Indikator Keputusan Pembelian	15
2.2 Citra Merek	16

2.2.1	Pengertian Citra Merek.....	16
2.2.2	Dimensi Citra Merek	17
2.2.3	Indikator Citra Merek	18
2.3	Harga	19
2.3.1	Pengertian Harga.....	19
2.3.2	Dimensi Harga	19
2.3.3	Indikator Harga	20
2.4	Promosi	21
2.4.1	Pengertian Promosi	21
2.4.2	Dimensi Promosi.....	22
2.4.3	Indikator Promosi	23
2.5	Kajian Hasil Penelitian yang Relevan	23
2.6	Hubungan antar Variabel.....	25
2.6.1	Hubungan antara Citra Merek, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.6.2	Hubungan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.6.3	Hubungan Harga terhadap Keputusan Pembelian	26
2.6.4	Hubungan Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2.7	Kerangka Berfikir	27
2.8	Hipotesis Penelitian	29
BAB III METODE PENELITIAN.....		31
3.1	Rancangan Penelitian.....	31
3.2	Subjek dan Objek Penelitian.....	31

3.3	Sampel Penelitian	32
3.4	Definisi Operasional Variabel Penelitian	33
3.5	Metode dan Instrumen Pengumpulan Data.....	34
3.5.1	Metode Pengumpulan Data.....	34
3.5.2	Instrumen Pengumpulan Data.....	35
3.6	Metode dan Teknik Analisis Data	36
3.6.1	Uji Asumsi Klasik.....	36
3.6.2	Analisis Regresi Linear Berganda	38
3.6.3	Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R Square</i>).....	39
3.7	Pengujian Hipotesis	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		42
4.1	Deskripsi Data	42
4.1.1	Uji Validitas.....	43
4.1.2	Uji Reliabelitas	44
4.2	Pengujian Asumsi Klasik.....	45
4.2.1	Uji Normalitas.....	45
4.2.2	Uji Multikolinieritas	46
4.2.3	Uji Heteroskedastisitas	47
4.3	Pengujian Hipotesis	48
4.3.1	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	48
4.3.2	Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	50
4.3.3	Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	51
4.3.4	Koefisien Determinasi (R^2).....	53

4.4	Pembahasan Hasil Penelitian.....	54
4.4.1	Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian	54
4.4.2	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	55
4.4.3	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	57
4.4.4	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	59
4.5	Keterbatasan Penelitian	63
4.6	Implikasi Penelitian	63
BAB V PENUTUP		65
5.1	Rangkuman.....	65
5.2	Simpulan.....	66
5.3	Saran	66
DAFTAR RUJUKAN		68
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....		72



DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
Tabel 1.1	<i>Top Brand Index</i> (TBI) Kategori Minuman Bersoda Periode Tahun 2015-2020	4
Tabel 1.2	Observasi Awal Variabel Keputusan Pembelian	6
Tabel 1.3	Observasi Awal Variabel Citra Merek.....	7
Tabel 1.4	Observasi Awal Variabel Harga	9
Tabel 1.5	Observasi Awal Variabel Promosi.....	10
Tabel 2.1	Hasil Penelitian yang Relevan	23
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel	34
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	43
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Gender	44
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas	45
Tabel 4.4	Hasil Uji Reliabelitas	46
Tabel 4.5	Hasil Uji Multikolinieritas	48
Tabel 4.6	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	50
Tabel 4.7	Hasil Uji Hipotesis Simultan	52
Tabel 4.8	Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	30
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	47
Gambar 4.2 Grafik <i>Scatterplot</i>	49



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 01. <i>Top Brand Index</i> (TBI) Kategori Minuman Bersoda Periode Tahun 2015-2020.....	72
Lampiran 02. Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal dan Kuesioner Secara Total Variabel Citra Merek, Harga, Promosi, dan Keputusan Pembelian.....	73
Lampiran 03. Kuesioner Penelitian.....	81
Lampiran 04. Tabulasi Data Sampel Kecil Variabel Citra Merek (X_1), Harga(X_2), dan Promosi (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	85
Lampiran 05. Tabulasi Data.....	87
Lampiran 06. Hasil <i>Output</i> SPSS.....	96

