

**PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MINUMAN ISOTONIK MIZONE PADA
KONSUMEN DI KECAMATAN
BEBANDEM**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
Universitas Pendidikan Ganesha
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan Program
Sarjana Ekonomi**



**Oleh
I Kadek Yoggy Pratama
NIM 1717041169**

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

2021

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS DAN
MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK MENCAPAI
GELAR SARJANA EKONOMI**

Menyetujui

Pembimbing I,



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

Pembimbing II,



Rahutama Atidira, S.T., M.M.
NIP. 198805032018031001

Skripsi oleh I Kadek Yoggy Pratama ini
telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal 4 Juni 2021

Dewan Penguji



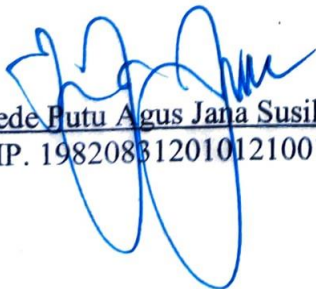
Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M.
NIP. 198207292010122003

(Ketua)



Rahutama Atidira, S.T., M.M.
NIP. 198805032018031001

(Anggota)



Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., M.B.A.
NIP. 198208312010121001

(Anggota)

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

Pada:

Hari : Jumat
Tanggal : 4 Juni 2021

Mengetahui,

Ketua Ujian

Sekretaris Ujian



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



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

Mengesahkan
Dekan Fakultas Ekonomi



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

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Isotonik Mizone pada Konsumen di Kecamatan Bebandem” beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 4 Juni 2021

Yang membuat pernyataan,



I Kadek Yoggy Pratama

NIM. 1717041169

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan Karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Minuman Isotonik Mizone pada Konsumen di Kecamatan Bebandem”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana ekonomi pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan baik berupa moral maupun material dari berbagai pihak. Untuk itu dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

- (1) Prof. Dr. I Nyoman Jampel, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
- (2) Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA, 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., M.M., selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen.
- (5) Ni NyomanYulianthini, S.E., M.M., selaku pembimbing I yang dengan segala ketulusan dan kesabaran telah membimbing dan mengarahkan sampai terselesainya skripsi ini.
- (6) Rahutama Atidira, S.T., M.M. selaku Pembimbing II yang telah memberikan arahan, petunjuk dan motivasi sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
- (7) Bapak dan Ibu Dosen di Jurusan Manajemen yang selalu memberikan saran dan mendidik selama penulis belajar di Jurusan Manajemen.
- (8) Kepala Tata Usaha Fakultas Ekonomi beserta staf yang telah bersedia membantu dalam memberikan informasi dan petunjuk selama perkuliahan.
- (9) Kepala Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha beserta staf yang telah memberikan kemudahan pelayanan peminjaman buku-buku yang dibutuhkan selama penyusunan skripsi ini.

- (10) Masyarakat Kecamatan Bebandem yang telah banyak membantu dalam melaksanakan penelitian ini.
- (11) Kedua orang tua (I Wayan Suasta dan Ni Wayan Sumiati), yang selalu memberikan kasih sayang, motivasi, dukungan dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
- (12) Teman-teman Jurusan Manajemen angkatan 2017.
- (13) Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Menyadari atas segala keterbatasan kemampuan penulis, bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka dari itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari para pembaca sebagai bahan masukan bagi penulis di masa yang akan datang. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua.



Singaraja, 4 Juni 2021

DAFTAR ISI

	Halaman
PRAKATA.....	i
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian.....	6
1.3 Pembatasan Masalah Penelitian.....	6
1.4 Rumusan Masalah Penelitian.....	6
1.5 Tujuan Penelitian.....	7
1.6 Manfaat Hasil Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN TEORI.....	8
2.1 Deskripsi Teoritis.....	8
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	8
2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	8
2.1.1.2 Dimensi Keputusan Pembelian.....	9
2.1.1.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	9
2.1.2 Citra Merek.....	10
2.1.2.1 Pengertian Citra Merek.....	10
2.1.2.2 Dimensi Citra Merek.....	11
2.1.2.3 Indikator Citra Merek.....	12
2.1.3 Harga.....	13
2.1.3.1 Pengertian Harga.....	13

2.1.3.2 Dimensi Harga	13
2.1.3.3 Indikator Harga	14
2.2 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan	14
2.3 Hubungan Antar Variabel	18
2.3.1 Hubungan Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	18
2.3.2 Hubungan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	18
2.3.3 Hubungan Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	19
2.4 Kerangka Pemikiran	19
2.5 Hipotesis Penelitian.....	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	22
3.2 Rancangan Penelitian	22
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	23
3.4 Sampel Penelitian	23
3.5 Variabel dan Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	24
3.6 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data	25
3.6.1 Metode Pengumpulan Data	25
3.6.2 Instrumen Pengumpulan Data	26
3.7 Jenis Data dan Sumber Data.....	30
3.7.1 Jenis Data	30
3.7.2 Sumber Data.....	30
3.8 Metode dan Teknik Analisis Data	31
3.8.1 Uji Asumsi Klasik	31
3.8.2 Analisis Regresi Berganda	33
3.9 Rancangan Pengujian Hipotesis	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Deskripsi Data	37
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	37
4.1.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	38

4.2 Uji Asumsi Klasik	39
4.3 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	40
4.4 Koefisien Determinasi R^2	42
4.5 Pengujian Hipotesis	42
4.5.1 Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Minuman Isotonik Mizone pada Konsumen di Kecamatan Bebandem	42
4.5.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Minuman Isotonik Mizone pada Konsumen di Kecamatan Bebandem	43
4.5.3 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Minuman Isotonik Mizone pada Konsumen di Kecamatan Bebandem	43
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	44
4.6.1 Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Minuman Isotonik Mizone pada Konsumen di Kecamatan Bebandem	44
4.6.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Minuman Isotonik Mizone pada Konsumen di Kecamatan Bebandem	45
4.6.3 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Minuman Isotonik Mizone pada Konsumen di Kecamatan Bebandem	47
4.6.4 Keterbatasan Penelitian	49
4.7 Implikasi.....	49
BAB V PENUTUP.....	50
5.1 Rangkuman.....	50
5.2 Simpulan.....	52
5.3 Saran	52
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN	57

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 <i>Top Brand Indeks</i> Minuman Isotonik pada tahun 2017-2020	2
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian	24
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Sampel Kecil	27
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Sampel Besar	28
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Sampel Kecil	29
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Sampel Besar	29
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	38
Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	39
Tabel 4.4 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	41



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Paradigma Penelitian Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian	21



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1 <i>Top Brand Index</i> tahun 2017-2020.....	58
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	59
Lampiran 3 Gambaran Umum Responden.....	62
Lampiran 4 Hasil Data Pernyataan Responden Sampel Kecil.....	65
Lampiran 5 Hasil Data Pernyataan Responden Sampel Besar.....	68
Lampiran 6 Deskripsi Data Responden	77
Lampiran 7 Hasil <i>Output</i> Perhitungan SPSS <i>for Windows</i> Versi 23, Citra Merek (X_1), Harga (X_2) dan Keputusan Pembelian (Y).....	78
Lampiran 8 Hasil <i>Output</i> Perhitungan SPSS 23.0 <i>for Windows</i> Uji Asumsi Klasik	84
Lampiran 9 Hasil <i>Output</i> Perhitungan SPSS 23.0 <i>for Windows</i> Analisis Regresi Linear Berganda.....	86

