



**PENGARUH HARGA, *BRAND IMAGE*, PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA YUNA&CO DI
JAKARTA PUSAT**

USULAN PENELITIAN

ALMA DINA LATANSA 1810111251

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBAGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2022**



**PENGARUH HARGA, *BRAND IMAGE*, PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA YUNA&CO DI
JAKARTA PUSAT**

USULAN PENELITIAN

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**

ALMA DINA LATANSA 1810111251

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2022**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Usulan penelitian ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Alma Dina Latansa

NIM : 1810111251

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 23 Juni 2022

Alma Dina Latansa



ALMA DINA LATANSA

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Alma Dina Latansa
NIM : 1810111251
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

**Pengaruh Harga, *Brand Image*, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian
Produk Pada Yuna&Co Di Jakarta Pusat**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 23 Juni 2022

Yang menyatakan,



SKRIPSI

PENGARUH HARGA, *BRAND IMAGE*, PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK PADA YUNA&CO DI JAKARTA PUSAT

Dipersiapkan dan disusun oleh :

ALMA DINA LATANSA 1810111251

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 19 Juli 2022
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Yuliniar, SE, MM
Ketua Penguji



Dr. Miguna Astuti, S.Si, MM, CPM
Penguji I



Diana Triwardhani, SE, MM
Penguji II



Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE, Ak, M, Ak, CA, CSRS
Dekan



Siti Hidayati, SE, MM
Ketua program studi

Disahkan di : Jakarta

Pada tanggal : 19 Juli 2022

SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, *BRAND IMAGE*, PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA YUNA&CO DI
JAKARTA PUSAT**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Alma Dina Latansa 1810111251



Diana Triwardhani, SE, MM

Dosen Pembimbing



Siti Hidayati, SE., MM

Ketua Program Studi

The Influence of Price, Brand Image, Promotion on Product Purchase Decisions at Yuna&Co in Central Jakarta

By Alma Dina Latansa

Abstract

This research is a quantitative study that examines social phenomena with the aim of analyzing and proving the effect of price, brand image, promotion on purchasing decisions. The research population is Yuna&Co consumers in the Central Jakarta area. This study took a sample of 100 respondents using a non-probability sampling technique with purposive sampling method. Data collection was carried out by distributing questionnaires to Yuna&Co consumers. The data analysis technique used is descriptive analysis and inferential analysis assisted by Partial Least Square (PLS) analysis tool in the form of SmartPLS 3.0. Hypothesis testing in this study is used by testing the coefficient of determination and t test using a significance level. The results of this study show that (1) the price variable has a positive and significant effect on purchasing decisions, (2) the brand image variable has a positive and significant effect on purchasing decisions and (3) the promotion variable has a positive and significant influence on purchasing decisions. .

Keywords: *price, brand image, promotion and purchase decision*

Pengaruh Harga, *Brand Image*, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada *Yuna&Co* Di Jakarta Pusat

Oleh Alma Dina Latansa

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang mengkaji fenomena social dengan tujuan untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh Harga, *Brand Image*, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. Pojugasi penelitian ini adalah konsumen Yuna&Co di wilayah Jakarta Pusat. penelitian ini mengambil sample sejumlah 100 responden memakai Teknik pengambilan sampel *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Pengumpulan data dilaksanakan dengan menyebarkan kuesioner pada konsumen Yuna&Co. Teknik analisis data yang dipakai ialah analisis deskriptif dan analisis inferensial yang dibantu dengan alat analisis *Partial Least Square* (PLS) berupa *SmartPLS 3.0* pengujian hipotesis dalam penelitian ini digunakan dengan uji koefisien determinasi dan uji t dengan menggunakan taraf signifikasin. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa (1) variabel harga terdapat berpengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) varibel brand image terdapat berpengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan (3) variabel promosi terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: harga, brand image, promosi dan keputusan pembelian



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax: 7692856
Homepage : <http://www.upnj.ac.id> Email : puskom@upnj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GENAP TA. 2021/2022

Hari ini Kamis, tanggal 30 Juni 2022, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Alma Dina Latansa Anandanti

No.Pokok Mahasiswa : 1810111251

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Harga, Brand Image, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Yuna & Co Di Jakarta Pusat

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus *)*

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Yulinar, SE, MM	Ketua	1.
2	Dr. Miguna Astuti, S.Si, MM, CPM	Anggota I	2.
3	Diana Triwardhani, SE, MM	Anggota II **)	3.

Keterangan:

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 30 Juni 2022

Mengesahkan

A. DEKAN

Kaprodi Manajemen S.1

Siti Hidayati, SE, MM.

PRAKATA

Dengan memanjatkan puja dan puji syukur terhadap kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Harga, Brand Image, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Yuna&Co Di Jakarta Pusat”**, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bimbingan, bantuan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih sebesar – besarnya dan setulus – tulusnya kepada: Ibu Dr. Dian Wicakasih Arieftiara, S.E., Ak., M.Ak., CSRS dan Ibu Dr. Desmintari, S.E., M.M selaku Ketua Jurusan S1 Manajemen. Ibu Diana Triwardhani, SE, MM, selaku dosen pembimbing skripsi atas segala bimbingan, arahan, saran yang diberikan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Kedua orang tua, Bapak Baddarudin dan Ibu Santi Damayanti, serta Kakek, Soemarno dan Kakak Putri dan Adik saya Ebi, yang selalu memberikan doa, kasih sayang, nasehat, bantuan, serta kesabaran yang luar biasa dalam setiap Langkah hidup penulis. Kemudian, saya ucapkan terima kasih sebesar – besarnya kepada teman terbaik saya Aldi, Ravi, Puti, Anin, Doddy, tante uci, dan teman PhoQ Syabrina, Sandra, Dinda, Jiel, Dika, karena telah memotivasi, menghibur, membantu dan memberi dukungan yang besar sejak awal perkuliahan hingga dititik sekarang yaitu tugas akhir skripsi, Semoga penulis skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik dimasa sekarang maupun dimasa mendatang.

Jakarta, 15 Juni 2022

Alma Dina Latansa

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
ABSTARCT	vii
ABSTRAK	viii
PRAKATA	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I.....	9
PENDAHULUAN.....	9
I.1 Latar Belakang	9
I.2 Rumusan Masalah	13
I.3 Tujuan Penelitian	13
I.4 Manfaat Penelitian	14
BAB II	14
TINJAUAN PUSTAKA	14
II.1 Landasan Teori	14
II.1.1 Pemasaran	14
II.1.2 Keputusan Pembelian	15
II.1.3 Harga.....	17
II.1.4 <i>Brand Image</i>	19
II.1.5 Promosi	21
II.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	22
II.3 Model Penelitian.....	27
II.4 Hipotesis.....	29
BAB III.....	30

METODE PENELITIAN.....	30
III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	30
III.1.1 Definisi Operasional.....	30
III.1.2 Pengukuran Variabel.....	31
III.2 Populasi dan Sampel.....	32
III.2.1 Populasi	32
III.2.2 Sampel	32
III.3 Teknik Pengumpulan Data	34
III.3.1 Jenis Data.....	34
III.3.2 Sumber Data.....	34
III.3.3 Pengumpulan Data.....	34
III.4 Teknik Analisis Data.....	36
III.4.1 Analisis Deskriptif.....	36
III.4.2 <i>Partial Least Square (PLS)</i>.....	37
III.4.3 Uji Statistik t.....	42
BAB IV.....	43
HASIL DAN PEMBAHASAN	43
IV.2 Deskripsi Data Penelitian.....	45
BAB V.....	70
SIMPULAN DAN SARAN.....	70
V.1 Simpulan	70
V.2 Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	72

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Pengunjung Website dan Penjualan Avana dan Yuna&Co.....	10
Tabel 2. Matriks Penelitian Sebelumnya	26
Tabel 3. Pengukuran Variabel.....	33
Tabel 4. Bobot dan Keterangan Skala <i>Likert</i>	36
Tabel 5. Kisi-Kisi Instrumen.....	37
Tabel 6. Peringkat bagi Jawaban Responden	38
Tabel 7. Interpretasi Indeks Jawaban Responden	38
Tabel 8. Analisis Data Deskriptif Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	51
Tabel 9. Analisis Data Deskriptif Terhadap Variabel Harga	52
Tabel 10. Analisis Data Deskriptif Terhadap Variabel Brand Image	53
Tabel 11. Analisis Data Deskriptif Terhadap Variabel Promosi	54
Tabel 12. Nilai Cross Loading	57
Tabel 13. Fornell Lacker Criterium	58
Tabel 14. Avarege variance Extracted	59
Tabel 15. Uji Reliabilitas	60
Tabel 16. R-square	61
Tabel 17. Uji Statistik-T	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model Penelitian Empiris.....	30
Gambar 2. Langkah-Langkah <i>Partial Least Square</i>	40
Gambar 3. Rancangan Diagram Jalur	41
Gambar 4. Logo Yuna&co	45
Gambar 5. Diagram Karakteristik Usia Responden	47
Gambar 6. Diagram Karakteristik Jenis Kelamin Responden	48
Gambar 7. Diagram Karakteristik Domisili Responden	49
Gambar 8. Diagram Karakteristik Pekerjaan Responden	50
Gambar 9. Outer Model	56
Gambar 10. Inner Model	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Penelitian Terdahulu	78
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian	82
Lampiran 3 Data Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian	87
Lampiran 4 Data Kuesioner Variabel Harga	92
Lampiran 5 Data Kuesioner Variabel Brand Image	97
Lampiran 6 Data Kuesioner Variabel Promosi	102
Lampiran 7 Deskripsi Data Responden	107
Lampiran 8 Uji Deskriptif Variabel	110
Lampiran 9 Outer Loading	111
Lampiran 10 Uji Validitas	112
Lampiran 11 Uji Reliabilitas	114
Lampiran 12 Uji Uji Koefisien Determinasi & Uji Parsial	116