



**PENGARUH HARGA, *CITRA MEREK*, PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA PEDRO
DI TANGERANG SELATAN**

SKRIPSI

DINDA ARINY WENINGTYAS 1810111174

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

2023



**PENGARUH HARGA, *CITRA MEREK*, PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA PEDRO
DI TANGERANG SELATAN**

SKRIPSI

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

DINDA ARINY WENINGTYAS 1810111174

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

2023

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Dinda Ariny Weningtyas

NIM : 1810111174

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

Jakarta, 21 Juni 2023
Yang menyatakan,



Dinda Ariny Weningtyas

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Dinda Ariny Weningtyas
NIM : 1810111174
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

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

**Pengaruh Harga, Citra Merek, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian
Produk Pada Pedro Di Tangerang Selatan**

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 2023
Yang menyatakan,



Dinda Ariny Weningtyas

SKRIPSI

PENGARUH HARGA, CITRA MEREK, PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA PEDRO DI TANGERANG
SELATAN

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Dinda Ariny Weningtyas 1810111174

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : Juni 2023

dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Diana Triwardhani, SE, MM, Ph.D
Ketua Penguji



Rosali, SE, M.M
Penguji 1



Dr. Jubaedah, SE., MM.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Lina Aryani, S.E., M.M
Penguji 2 (Pembimbing)



Siti Hidayati, SE, MM
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta

Pada tanggal : Juni 2023

**Pengaruh Harga, Citra Merek, dan Promosi Pada Keputusan Pembelian
Produk Pedro di Tangerang Selatan**

Oleh Dinda Ariny Weningtyas

ABSTRAK

Fashion saat ini telah menjadi bagian dari kebutuhan hidup dan gaya hidup masyarakat. Di era globalisasi, perkembangan dan kontribusi industri kreatif subsektor fashion terus meningkat. Pria ataupun wanita, muda ataupun tua, seluruh golongan mengikuti perkembangan fashion dan berusaha untuk senantiasa tampil fashionable. Hanya saja, munculnya pandemi Covid-19 telah berpengaruh besar dalam berbagai sektor industri, termasuk industri fashion berdampak lesunya pasar. Meski sempat mengalami penurunan, industri fashion mampu beradaptasi dengan cepat. Dari berbagai brand fashion yang berhasil melewati badai Covid-19, satu diantaranya adalah Pedro. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh dari Harga, Citra Merek, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian produk dari brand tersebut. Penelitian ini mengambil sample sejumlah 100 orang yang pernah berbelanja Produk Pedro. Sebagai alat analisis pengelolaan data, penulis menggunakan Program SPSS 25 untuk melakukan uji pengaruh terhadap masing-masing variable. Dari hasil uji statistik, diketahui bahwa Harga, Citra Merek, dan Promosi berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap Keputusan Pembelian

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, Harga, Citra Merek, Promosi, Covid-19

***The Influence of Price, Brand Image, and Promotion on Product
Purchasing Decision in Tangerang Selatan***

By Dinda Ariny Weningtyas

ABSTRACT

Fashion has now become a part of people's needs and lifestyle. In the era of globalization, the development and contribution of the creative industry in the fashion sub-sector continues to increase. Men or women, young or old, all groups follow fashion developments and try to always look fashionable. However, the emergence of the Covid-19 pandemic has had a major impact on various industrial sectors, including the fashion industry, resulting in a sluggish market. Even though it had experienced a decline, the fashion industry was able to adapt quickly. Of the various fashion brands that have made it through the Covid-19 storm, one of them is Pedro. This study aims to see the effect of Price, Brand Image, and Promotion on the Purchase Decision of products from that brand. This study took a sample of 100 people who had purchased Pedro products. As a data management analysis tool, the authors use the SPSS 25 program to test the effect of each variable. From the results of statistical tests, it is known that Price, Brand Image, and Promotion have a partial and simultaneous effect on Purchasing Decisions

Keywords: *Purchase Decision, Price, Brand Image, Promotion, Covid-19*

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan Januari sampai dengan Desember 2022 dengan judul **”Pengaruh Harga, Citra Merek, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pedro Di Tangerang Selatan”**. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih Dra. A. Bernadin Dwi M, M.M, CPM selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan arahan dan saran- saran yang sangat bermanfaat.

Di samping itu, ucapan terima kasih juga disampaikan kepada ayah, ibu serta seluruh keluarga yang tidak henti-hentinya memberikan semangat dan doa kepada penulis. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada seseorang yang telah dengan sabar mendengarkan segala keluh kesah penulis serta teman- teman yang telah membantu dalam penulisan usulan penelitian ini.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat.

Jakarta, 30 Desember 2022

Dinda Ariny Weningtyas

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
PRAKATA	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Manajemen Pemasaran	8
2.1.2 Keputusan Pembelian	8
2.1.3 Harga.....	10
2.1.4 Citra merek	11
2.1.5 Promosi	13
2.2 Penelitian Terdahulu	15
2.3 Model Penelitian	20
2.3.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	20
2.3.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	21
2.3.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	22
2.4 Hipotesis	23

BAB III METODE PENELITIAN.....	24
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	24
3.1.1 Definisi Operasional	24
3.1.2 Pengukuran Variabel	25
3.2 Populasi dan Sampel.....	25
3.2.1 Populasi	25
3.2.2 Sampel	25
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.3.1 Jenis Data.....	27
3.3.2 Sumber Data	27
3.3.3 Pengumpulan Data.....	27
3.4 Teknik Analisis Data	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	36
4.2 Deskripsi Data Penelitian.....	36
4.2.1 Karakteristik Responden.....	37
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian	38
4.3 Hasil Analisis Data	41
4.3.1 Analisis Inferensial	41
4.3.2 Hasil Outer Model	41
4.3.3 Hasil Inner Model	46
4.4 Pembahasan	49
4.5 Keterbatasan Penelitian	51
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	53
5.1 Kesimpulan	53
5.2 Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	54
RIWAYAT HIDUP	58
LAMPIRAN.....	59

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Penjualan Regional Jabodetabek	5
Tabel 2. Matriks Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3. Pengukuran Variabel.....	25
Tabel 4. Bobot dan Keterangan Skala <i>Likert</i>	28
Tabel 5 Kisi-kisi Instrumen.....	28
Tabel 6. Skala Likert	36
Tabel 7. Usia Responden.....	37
Tabel 8 Usia Responden.....	37
Tabel 9. Pekerjaan	38
Tabel 10. Skor Angket untuk Variabel Y (Keputusan Pembelian).....	38
Tabel 11. Skor Angket untuk Variabel Harga (X1)	39
Tabel 12. Skor Angket untuk Variabel Citra Merek (X2).....	40
Tabel 13. Skor Angket untuk Variabel Promosi (X3).....	40
Tabel 14 Pengujian Validitas <i>Outer Loading</i>	43
Tabel 15. Uji Reliabilitas Cronbach's Alpha san Composite Reliability.....	44
Tabel 16. Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	45
Tabel 17. Pengujian Validitas <i>Discriminant Validity</i> melalui HTML	45
Tabel 18. Hasil Pengujian R-Square	47
Tabel 19. Hasil Pengolahan Data <i>Q-Square</i> dan <i>Q-Square Predict</i>	48
Tabel 20. Hasil Pengujian Hipotesis	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Harga Produk Pedro	4
Gambar 2. Model Penelitian Empiris.....	23
Gambar 3. Langkah-Langkah Partial Least Square	30
Gambar 4. Rancangan Diagram Jalur	31
Gambar 5. <i>Outer Model</i> Penelitian Aktual.....	42
Gambar 6. Inner Model Penelitian Aktual	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Pertanyaan.....	59
Lampiran 2. Tabulasi Kuisisioner.....	62
Lampiran 3. Hasil Olah Data PLS.....	74