

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EMINA  
PADA KONSUMEN MIROTA KAMPUS PALAGAN YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

**Diajukan guna memenuhi persyaratan untuk memperoleh derajat Sarjana**

**Program Studi Manajemen**



**FIFI LUTFIAH**

**11-1701039**

**SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN  
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA  
YOGYAKARTA**

**2021**

**LEMBAR PERSETUJUAN**  
**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN CITRA MEREK**  
**TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EMINA**  
**PADA KONSUMEN MIROTA KAMPUS PALAGAN YOGYAKARTA**

Diajukan oleh:

Fifi Lutfiah

11-1701039

Yogyakarta, 04 Februari 2021

Telah disetujui oleh:

Dosen Pembimbing



M. Manar Barmawi, Ak.,M.Ak.,CA.,CMA,CPA (Aust), CRP, PFM

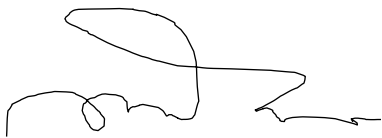
**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EMINA  
PADA KONSUMEN MIROTA KAMPUS PALAGAN YOGYAKARTA**

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan Dewan Penguji Jurusan  
Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu manajemen YKPN Yogyakarta

Tanggal: 14 juli 2021

Yang terdiri atas:

Ketua



Nur Rokman, S.E., M.Si

Anggota



M. Manar Barmawi, Ak.,

M.Ak.,CA.,CMA,CPA(Aust),CRP,PFM

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul: **“PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EMINA PADA KONSUMEN MIROTA KAMPUS PALAGAN YOGYAKARTA”** yang akan diuji pada tanggal 02 juli 2021, adalah karya saya.

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang mengungkapkan pemikiran atau pendapat dari penulis lain, yang saya aku seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri dan tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yyang saya salin, tiru atau saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis lainnya.

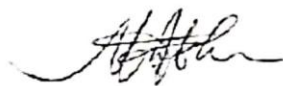
Dengan ini saya menyatakan skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Jika kemudian terbukti bahwa saya benar-benar melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta batal saya terima.

Yogyakarta, 02 juli 2021  
Yang Memberi Pernyataan

Fifi Lutfiah




Saksi 1, sebagai pembimbing skripsi merangkap anggota tim peguji skripsi:



M. Manar Barmawi, Ak., M.Ak.,CA.,CMA,CPA(Aust),CRP,PFM

Saksi 2, sebagai ketua tim peguji skripsi:



Nur Rokman, S.E., M.Si

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Terima kasih kepada Allah SWT yang selalu memberikan rahmat kasih sayang dan memberikan kemudahan kepada penulis agar dapat menyelesaikan pendidikan ini. Dan memberikan rasa kuat saat menghadapi segala urusan saat jauh dari kedua orang tua.

Terimakasih untuk kedua orang tua saya yang selalu memberi dukungan, doa, kasih sayang dan segalanya kepada saya. Doa orang tua yang selalu mengiringi saya dalam menjalankan amanah pendidikan ini . Saya persembahkan tulisan ini untuk Ayah dan Ibu saya.

Terima kasih untuk seluruh keluarga dan teman yang selalu memberikan dukungan dan do'a kepada saya.

Terimakasih untuk EXO, karena karya mereka saya sangat termotivasi dan mampu melewati masa sulit.

## **MOTTO**

**“Setiap orang mempunyai jatah gagal, habiskan jatah gagalmu ketika kamu masih muda”. Dahlan Iskan**

**“Mulai setiap harimu dengan pikiran positif dan hati yang bersyukur”.**

**Roy T.Bennet**

**“Secapek capeknya kerja lebih capek nganggur”. Ernest Prakasa**

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Alloh SWT atas berkah, rahmat, hidayah dan kasih sayang-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar. Skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga, Promosi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian produk Emina pada Konsumen Mirota Kampus Palagan Yogyakarta” ini peneliti susun guna memenuhi persyaratan untuk memperoleh derajat Sarjana Program Studi Manajemen di STIM YKPN Yogyakarta.

Peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas semua bantuan yang telah diberikan baik secara langsung maupun tidak langsung selama penulisan skripsi ini hingga selesai. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberikan dukungan, doa dan bantuan baik dalam bentuk moril maupun materiil dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. Suparmono, M.Si selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Yayasan Keluarga Pahlawan Negara (STIM YKPN) Yogyakarta yang telah memberikan dukungan dan fasilitas untuk kelancaran penulisan skripsi ini.
3. M. Manar Barnawi, Ak.,M.Ak.,CA.,CMA,CPA (Aust),CRP,PFM selaku dosen pembimbing yang dengan sabar telah bersedia membimbing dan mengarahkan penulis selama menyusun skripsi dan memberikan semangat dan banyak ilmu dan solusi kepada penulis pada setiap kesulitan dalam penulisan skripsi ini.

4. Seluruh Dosen dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Yayasan Keluarga Pahlawan Negara Yogyakarta yang telah mendidik dan memberikan pelayanan yang baik kepada peneliti.
5. Semua teman-teman (Linda, Cica, Alya, Fitri dan kawan- kawan) yang selalu memberikan dukungan dan motivasi kepada saya selama proses pengerjaan skripsi.
6. EXO yang selalu memberikan motivasi, inspirasi dan kekuatan khusus lewat karya- karya mereka.

Akhir kata peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, akan tetapi peneliti berharap penelitian ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, Desember 2020 - April 2021

Peneliti



Fifi Lutfiah



## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga, Promosi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina pada konsumen Mirota Kampus Palagan Yogyakarta. Metode pengambilan *sampel* menggunakan *Non Probability Sampling* dengan jumlah responden sebanyak 95 orang. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ada uji t, metode analisis regresi linear berganda dan uji *Goodness of fit*.

Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa variabel harga memiliki nilai signifikansi sebesar 0,010, variabel promosi memiliki nilai signifikansi 0,021 dan variabel citra merek memiliki nilai signifikansi sebesar 0,001. Berdasarkan hasil tersebut semua hipotesa diterima dan menunjukkan hasil bahwa variabel Harga, Promosi, dan Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

**Kata kunci : Harga, Promosi, Citra Merek dan Keputusan Pembelian**

## *ABSTRACT*

*This study aims to determine the effect of price, promotion and brand image on purchasing decisions of Emina products on Mirota consumers, Palagan campus, Yogyakarta. Sampling method using Non Probability Sampling with the number of respondents as many as 95 people. The data analysis method used in this research is t test, multiple linear regression analysis method and Goodness of fit test.*

*Based on the results of the t test, it can be seen that the price variable has a significance value of 0.010, the promotion variable has a significance value of 0.021 and the brand image variable has a significance value of 0.001. Based on these results, all hypotheses are accepted and show the results that the price, promotion, and brand image variables have a positive and significant effect on purchasing decisions.*

***Keywords: Price, Promotion, Brand Image and Purchase Decision***

## DAFTAR ISI

BAB I.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Batasan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II.....	8
A. Pengertian Pemasaran.....	8
B. Bauran Pemasaran .....	8
C. Perilaku Konsumen .....	10
D. Harga .....	13
E. Promosi.....	15
F. Citra Merek.....	18
G. Keputusan Pembelian .....	19
H. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	22
I. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	22
J. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	23
K. Penelitian Terdahulu.....	23
L. Kerangka Penelitian .....	27
BAB III.....	28
A. Definisi Konsep.....	28
B. Definisi Operasional.....	28
C. Jenis Penelitian .....	30

D.	Jenis dan Sumber Data .....	31
E.	Populasi dan Sampel .....	31
F.	Obyek dan Subyek Penelitian .....	32
G.	Metode Pengumpulan Data .....	32
H.	Uji Instrumen.....	33
BAB IV .....		38
A.	Sejarah Perusahaan.....	38
B.	Logo Emina .....	39
C.	Produk Emina .....	39
D.	Hasil analisis data.....	41
1.	Karakteristik Responden .....	41
2.	Uji Instrumen.....	43
1.	Uji Validitas.....	43
2.	Uji Reliabilitas.....	46
3.	Uji Asumsi Dasar (Uji Normalitas).....	47
4.	Uji Asumsi Klasik .....	48
1.	Uji Multikolineritas .....	48
2.	Uji Heteroskedastisitas .....	49
5.	Uji Regresi Linear Berganda.....	50
6.	Uji t.....	51
7.	Uji <i>Goodness of Fit</i> .....	53
E.	Pembahasan .....	53
BAB V.....		56
A.	Kesimpulan.....	56

B. Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA .....	59
LAMPIRAN.....	62

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Penjualan Kosmetik.....	2
Tabel 2. Penelitian Terdahulu .....	23
Tabel 3. Skala Likert .....	33
Tabel 4. Jenis Kelamin .....	42
Tabel 5. Usia Responden.....	42
Tabel 6. Daftar Pekerjaan Responden .....	43
Tabel 7. Hasil Uji Validitas.....	44
Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas .....	46
Tabel 9. Hasil Uji Normalitas .....	47
Tabel 10. Hasil Uji Multikolinieritas .....	48
Tabel 11. Hasil Uji Heterokedastisitas.....	49
Tabel 12. Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	50
Tabel 13. Hasil Uji t .....	52
Tabel 14. Hasil Uji F.....	53

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Penelitian .....	27
Gambar 2. Logo Emina.....	39

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Contoh Soal Kuesioner .....	62
Lampiran 2 Tabulasi Data Responden Kuesioner.....	69
Lampiran 3 Karakteristik Responden.....	74
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas .....	76
Lampiran 5. hasil Uji Reliabilitas .....	79
Lampiran 6 .Hasil Uji Normalitas .....	82
Lampiran 7. Hasil Uji Multikolineritas .....	83
Lampiran 8. Hasil Uji Heterokedastisitas .....	84
Lampiran 9 Hasil Uji t.....	85
Lampiran 10 Hasil Uji F .....	86