

**PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ES KRIM WALL'S
DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen



Diajukan Oleh :

Mutadid Billah

19012010345/FEB/EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2023

SKRIPSI

**PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ES KRIM WALLS DI
SURABAYA**

Disusun Oleh :

MUTADID BILLAH
19012010345 / FEB / EM


**Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

Pada Tanggal : 20 Mei 2024

**Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Pembimbing Utama


Dr. Wiwik Handayani, SE, M.Si
NIP. 196901132021212003


Drs. Ec. Herv Pudioprastyono M.M
NIP. 196203181988031002

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur




Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP
NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Mutadid Billah

N P M : 19012010345

N I K : 3578142811010002

Tempat / Tgl Lahir : Surabaya, 28 November 2001

Alamat Rumah : Jalan Bendul Merisi Selatan B4/1

Judul Artikel : The Influence of Promotion, Price perception, and Brand Image on Purchase Decision for Walls Ice Cream in Surabaya

Saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil pemikiran saya sendiri dan bukan dari saduran / terjemahan / plagiarisme

Demikian surat pernyataan ini dibuat dalam keadaan sadar dan tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun. Apabila dikemudian hari terbukti ada unsur plagiarisme, maka saya bersedia apabila kelulusan dan gelar akademik yang sudah saya raih dibatalkan.

Surabaya, 20 Mei 2024.....

Yang menyatakan,



Mutadid Billah
NPM. 19012010345

ABSTRAK

PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN PERSEPSI KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN INDOMIE DI SURABAYA

OLEH:

MUTADID BILLAH
19012010345/FEB/EM

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana pengaruh Promosi, Persepsi Harga dan Citra Merek terhadap keputusan pembelian Es Krim Walls di Surabaya.

Populasi penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian Es krim Walls di Surabaya. Metode pada penelitian ini bersifat kuantitatif dengan mengambil sampel sejumlah 105 responden. serta Teknik pengumpulan sampel memakai non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Sampel terdiri atas responden berusia minimal 18 tahun, berdomisili di Surabaya, Pernah melakukan pembelian produk Indomie. Teknik analisis yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan Partial Least Square (PLS).

Berdasarkan hasil olah data dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian Es Krim Walls di Surabaya dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh variable Promosi Persepsi Harga dan Citra Merek

Kata kunci: Promosi; Persepsi Harga; Citra Merek; Keputusan Pembelian.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji syukur ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi yang telah disusun dengan judul **“PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ES KRIM WALL’S DI SURABAYA”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis telah melewati banyak macam rintangan dan hambatan dalam menyelesaikan skripsi. Dengan adanya doa, usaha dan motivasi dari berbagai pihak yang terkait, penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik. Bantuan dan bimbingan yang diberikan dari berbagai pihak karena telah meluangkan waktu, pikiran dan juga tenaga sangat membantu penulis untuk melewati kesulitan, rintangan dan hambatan dalam penyusunan skripsi. Oleh karena itu, dengan rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih dengan tulus kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.T, selaku Rektor UPN “Veteran” Jawa Timur yang telah menyediakan sarana dan prasaran dalam mendukung penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dra. Ec. Nurjanti Takarini, M.Si. Selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Bapak Egan Evanzha Yudha Amriel, SMN., MM., selaku Dosen Wali yang telah memberikan bimbingan, bantuan, arahan, ilmu, waktu, pikiran, tenaga, kritik serta saran sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik dan lancar.
5. Bapak Drs. Ec. Hery Pudjoprastyono, M.M.. Selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, bantuan, arahan, ilmu, waktu, pikiran, tenaga, kritik serta saran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan lancar.
6. Kedua orang tua penulis, dan saudara, yang telah memberikan dukungan baik secara finansial dan non-finansial, doa dan juga restu yang telah diberikan sehingga membuat saya lebih kuat dalam menyelesaikan skripsi.
7. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang turut membantu dalam memberikan saran, motivasi dan semangat dalam penyusunan skripsi ini, saya mengucapkan terima kasih.

Penulis menyadari bahwa kesempurnaan hanya milik Allah SWT semata, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terkait dalam penyusunan skripsi ini. Semoga kita selalu diberkahi oleh Allah SWT.

Surabaya, 26 Mei 2023

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	3
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
Lampiran	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2.1 Pemasaran.....	15
2.2.2 Promosi	16
2.2.3. Persepsi Harga	23
2.2.4 Citra Merek	26
2.2.5 Keputusan Pembelian	31
2.3 Hubungan antar variabel	35
2.3.1 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	35
2.3.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	35
2.3.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	36
2.4 Kerangka konseptual.....	37
2.5 Hipotesis.....	37
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	38
3.1.1 Definisi Operasional Variabel.....	38
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	42
3.2 Teknik Penentuan Sampel.....	44
3.2.1 Populasi	44

3.2.2 Ukuran Sampel.....	44
3.3 Teknik pengumpulan data	46
3.3.1 Jenis data.....	46
3.3.2 Sumber data.....	46
3.3.3 Metode pengumpulan data	47
3.4 Uji validitas dan realibilitas	47
3.4.1 Uji validitas.....	47
3.4.2 Uji Reliabilitas.....	48
3.5 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	48
3.5.1 Teknik Analisis Data	48
3.5.2 Cara Kerja PLS	50
3.5.3 Langkah-langkah PLS.....	50
3.5.4 Asumsi PLS	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	58
4.1 Deskripsi objek penelitian.....	58
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	58
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	60
4.2.1 Deskripsi karakteristik Responden.....	60
4.2.1 Deskripsi variable penelitian	61
4.3 Deskripsi Hasil Analisa data	70
4.3.1 Evaluasi Outlier	70
4.3.2 Interpretasi Hasil PLS	71
4.4 Pembahasan.....	82
4.4.1 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	82
4.4.2 Pengaruh persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian	83
4.4.3 Pengaruh Citra Merek	84
5.1 Kesimpulan.....	86
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN	90

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penjualan Makanan Pasca Pandemi Covid-19 2020 di Indonesia	2
Tabel 1. 2 Table top brand index sub kategori es krim	3
Tabel 1. 3 Perbandingan harga Produk Pesaing	5

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Table top brand index sub kategori es krim	4
Gambar 1. 2 Komentar Kosumen Terhadap Harga Pasar Wall's	6
Gambar 1. 3 Komentar Konsumen Terhadap Citra Merek Wall's	7
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	37
Gambar 3. 1 Diagram Jalur partial Least Square	52
Gambar 4. 1 Outer model dengan factor loading,path cofficent dan R-square.....	71
Gambar 4. 2 Inner Model dengan nilai signifikan T-Statistic Bootstraping	81

Lampiran

Lampiran 1 Kuisiner Penelitian	90
Lampiran 2 Tabulasi	93