

**PENGARUH VARIASI PRODUK, PROMOSI, DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
FRESTEA**

**(Studi Kasus Pada Konsumen Indomart di Kelurahan Lebak Bulus)**

**SKRIPSI**

**Program Studi : Manajemen**



**oleh:**

**NAMA : Tri Bagas Erlangga**

**NIM : 041601503125133**

**FAKULTAS EKONOMI & BISNIS**

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

**JAKARTA**

**2021**

**PENGARUH VARIASI PRODUK, PROMOSI, DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
FRETEA**

**(Studi Kasus Pada Konsumen Indomaret di Kelurahan Lebak Bulus)**

**SKRIPSI**

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

**SARJANA MANAJEMEN**

**Program Studi Manajemen – Strata 1**



**Oleh:**

**NAMA : Tri Bagas Erlangga**

**NIM : 041601503125133**

**FAKULTAS EKONOMI & BISNIS  
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

**JAKARTA**

**2021**

**THE EFFECT OF PRODUCT VARIATIONS, PROMOTIONS  
AND BRAND IMAGE ON PURCHASING DECISIONS  
(Case Study on Indomart Consumers in Lebak Bulus Village)**

**THESIS**

**The Study Program: Management**



**BY:**

**NAME : Tri Bagas Erlangga**

**NIM : 041601503125133**

**FACULTY ECONOMICS & BUSINESS**

**SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY**

**JAKARTA**

**2021**

**THE EFFECT OF PRODUCT VARIATIONS, PROMOTIONS  
AND BRAND IMAGE ON PURCHASING DECISIONS  
(Case Study on Indomart Consumers in Lebak Bulus Village)**

**THESIS**

**The Study Program: Management**



**BY:**

**NAME : Tri Bagas Erlangga**

**NIM : 041601503125133**

**FACULTY ECONOMICS & BUSINESS**

**SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY**

**JAKARTA**

**2021**

## ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product variation, promotion, and brand image on purchasing decisions (a case study of Indomaret consumers in Lebak Bulus Village) partially or simultaneously. The data used is primary data collected by distributing questionnaires to 104 respondents who have visited and bought Frestea products in three Indomart. The method used in this study is a quantitative method and the results of the study are based on respondents' answers using a Likert scale. The data analysis method used in this research is multiple linear regression test, F test, T test and coefficient of determination.

The results showed that simultaneously (F test) there was a significant influence between product variables (X1), promotion (X2) and brand image (X3) on purchasing decisions (y). partially (t test) product variations have a significant effect on purchasing decisions and promotions have a significant effect on purchasing decisions, while brand image does not have a significant effect on purchasing decisions.

**keywords: product variation, promotion, brand image and purchasing decisions**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variasi produk, promosi, dan citra merek terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada konsumen indomaret di kelurahan Lebak Bulus) secara parsial maupun simultan. Data yang digunakan merupakan data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 104 orang responde yang pernah berkunjung dan membeli produk frestea di tiga indomart. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dan hasil penelitian berdasarkan jawaban responden dengan menggunakan skala likert. Metode analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Regresi Linier Berganda, Uji F, Uji t dan Koefisien Determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan (uji F) terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Variasi Produk ( $X_1$ ), Promosi ( $X_2$ ) dan Citra Merek ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ). Secara Parsial (Uji t) Variasi produk terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dan Promosi terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan Citra merek tidak berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci: Variasi Produk, Promosi, Citra Merek, dan Keputusan Pembelian.**