

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, LOKASI DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

Skripsi

Program Studi : Manajemen



Disusun Oleh:

Nama : Jordy Eko Meiwahono Putra

NIM : 041401503125120

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA
2020**

**THE EFFECT OF PRICES, PROMOTIONS, PLACES AND
BRAND IMAGE ON DECISION OF STUDENTS CHOOSE
SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY**

Thesis

Study Program : Management



Submitted by:

Name : Jordy Eko Meiwahono Putra

NIM : 041401503125120

**FACULTY OF ECONOMICS AND BUSSINESS
SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY
JAKARTA**

2020

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, LOKASI DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen-Strata I**



Disusun Oleh:

Nama : Jordy Eko Meiwahono Putra

NIM : 041401503125120

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA**

2020

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Jordy Eko Meiwahono Putra

NIM : 041401503125120

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri dan seluruh isi skripsi ini menjadi tanggung jawab saya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 21 Agustus 2020



Jordy Eko Meiwahono Putra
041401503125120

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Jordy Eko Meiwahono Putra
NIM : 041401503125120
JURUSAN : Manajemen
KONSENTRASI : Manajemen Pemasaran
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH HARGA, PROMOSI, LOKASI,
DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
TANGGAL UJIAN : 25 Agustus 2020

Jakarta, 21 Agustus 2020

Dosen Pembimbing II

Dosen Pembimbing I

(Hendri Jopanda, SE, MM)

(Lucy Nancy Simatupang, SE, MM)

Dekan

Ketua Jurusan

(GL. Hery Prasetya, SE, MM)

(Yuslinda Nasution, SE, MM)

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, LOKASI, DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**



Oleh:

NAMA : Jordy Eko Meiwahono Putra

NIM : 041401503125120

Telah dipertahankan didepan dewan penguji pada tanggal 25 Agustus 2020 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Ketua Penguji/Pembimbing I

(Lucy Nancy Simatupang, SE, MM)

Anggota Penguji I

(Dr. Subagiyo, SE, MM)

Anggota Penguji II

(Yosi Stefhani, SE,MM)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji Syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan berkat dan rahmat-Nya kepada penulis, karena dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul: **PENGARUH HARGA, PROMOSI, LOKASI DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Satya Negara Indonesia.

Pada kesempatan ini juga peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu, membimbing dan memberikan semangat kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, selain itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Satya Negara Indonesia, Dra. Merry L, Panjaitan, M.M., MBA
2. Dekan Fakultas Ekonomi, GL. Hery Prasetya, SE., M.M
3. Ketua Jurusan Manajemen, Yoslinda Nasution, SE., MM.
4. Pembimbing I, Lucy Nancy Simatupang, SE, MM yang telah memberikan motivasi dan pengarahan kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
5. Pembimbing II, Hendri Jopanda, SE, MM yang telah memberikan pengarahan kepada penulis sehingga menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.

6. Semua Dosen Fakultas Ekonomi beserta staff TU Universitas Satya Negara yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
7. Keluarga kecil saya orang tua dan adik penulis, Ibu Debby Arfani, Bapak Catur Budi, dan Adik Jessica Dwi Novia Putri yang telah sabar menanti dan selalu memberikan do'a, semangat, dan kasih sayang tiada henti kepada penulis untuk selalu sabar dan bersyukur dalam melakukan segala hal sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan.
8. Keluarga besar saya di Makassar dan Jakarta atas do'a dan motivasinya.
9. Keluarga kedua saya Icrom, Adhi, Aji, Bowo, Mas Suto, Mas Kokoh, Kak Susi, Kak Furry, Dani, Ibet, Opay, Dicky, Babeh, Acoy, Eric, Cengba, Mas Akbar, Wahyu yang telah memberikan waktu, ilmu, dan pengalaman yang sangat berharga.
10. Seluruh kerabat Keorganisasian Kemahasiswaan USNI yang telah menjadi tempat untuk belajar banyak hal bagi penulis.
11. Teman seperjuangan tugas akhir Butong, Eric Natael, Opay, Reza, Mujibur Rahman, Adit dan Mas Boy.
12. Para mahasiswa USNI yang telah menjadi responden dalam penelitian ini.

Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan khasanah ilmu pengetahuan bagi kita semua khususnya bagi Universitas Satya Negara Indonesia.

Peneliti menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan yang dimiliki saat penyusunan skripsi ini dilaksanakan. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat diharapkan oleh peneliti dari berbagai pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Jakarta, ... Agustus 2020

Jordy Eko Meiwahono Putra



ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, promosi, lokasi dan citra merek terhadap keputusan memilih. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif Universitas Satya Negara Indonesia, sedangkan sampel sebanyak 100 responden. Metode analisis data yang digunakan yaitu uji hipotesis (Uji F dan Uji t) dan Uji Analisis Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian ini harga dan promosi berpengaruh terhadap keputusan memilih, sedangkan lokasi dan citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan memilih.

Kata Kunci: Kualitas Jasa, Harga, Fasilitas, Kepuasan Pelanggan



ABSTRACT

The purpose of this study is to study the effect of price, promotions, places and brand image on decision to choose. The population in this study were all student of Satya Negara Indonesia University students, while the sample is 83 respondents. Data analysis methods used are the hypothesis test (F test and t test) and Multiple Linear Regression Analysis Test. The results of this study regarding the price and promotions offered to decision to choose, while the places and brand image do not support decision to choose.

Keywords: Price, Promotions, Places and Brand Image

