

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI AKUN
TIKTOK MANTIKAHIJAB**

SKRIPSI

Program Studi Manajemen – Strata 1



DISUSUN OLEH :

Ani Oktapiani

190400119

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

2023

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI AKUN TIKTOK MANTIKAHIJAB**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

Strata – I



DISUSUN OLEH :

Ani Oktapiani

190400119

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

BEKASI

2023

**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRICE AND
PROMOTION ON PURCHASE DECISIONS IN
MANTIKAHIJAB TIKTOK ACCOUNTS**

THESIS

Management Study Program - Bachelor Degree



ARRANGED BY :

Ani Oktapiani

190400119

FACULTY OF ECONOMIC AND BUSINESS SATYA NEGARA

UNIVERSITY OF INDONESIA

BEKASI

2023

**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRICE AND PROMOTION ON
PURCHASE DECISIONS IN MANTIKAHLJAB TIKTOK ACCOUNTS**

THESIS

Submitted As One Of The Requirements To Obtain A Degree

Bachelor Degree



ARRANGED BY :

Ani Oktapiani

190400119

FACULTY OF ECONOMIC AND BUSINESS SATYA NEGARA

UNIVERSITY OF INDONESIA

BEKASI

2023

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Ani Oktapiani

NIM : 190400119

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri dan seluruh isi skripsi menjadi tanggung jawab saya. Apabila saya mengutip dari karya orang lain maka saya mencantumkan 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.

Bekasi, 27 Juni 2023

Hormat Saya,



Ani Oktapiani

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ani Oktapiani
NIM : 190400119
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI AKUN
TIKTOK MANTIKAHIJAB

Tanggal Ujian : 12 Agustus 2023

Bekasi, 30 Juni 2023

Dosen Pembimbing II

Dosen Pembimbing I

GL. Hery Prasetya, SE., MM
(CPHCEP, CPMP, CBOA., CLMA)

Dr. Subagiyo, SE.,MM

Dekan

Ketua Jurusan

GL. Hery Prasetya, SE., MM
(CPHCEP, CPMP, CBOA., CLMA)

Agus Wahyono, SE.,MM

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI AKUN TIKTOK MANTIKAHIJAB

Oleh :

Nama : Ani Oktapiani

NIM: 190400119

Telah dipertahankan didepan penguji pada tanggal 12 Agustus 2023 dan
dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Ketua Penguji / Pembimbing I

Dr. Subagiyo, SE.,MM

Penguji I

Penguji II

Agus Wahyono, SE.,MM

Dr. Noviarti, SE.,MM

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah hirobbil alamin. Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan rahmat dalam penyelesaian skripsi ini dengan judul skripsi : PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI AKUN TIKTOK MANTIKAHIJAB.

Peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar besarnya kepada semua pihak yang telah mendukung baik secara moril maupun materil pada skripsi ini tentunya tidak lepas dari bimbingan, masukan, dan arahan dari berbagai pihak. Sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan benar Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

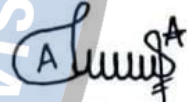
1. Rektor Universitas Satya Negara Indonesia Dr. Sihar P.H Sitorus B.S.B.A., M.B.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Satya Negara Indonesia, GL., Herry Prasetya S.E.,M.M (CPHCEP., CPMP., CBOA., CLMA) dan selaku Dosen Pembimbing II yang telah sabar memberikan bimbingan kepada peneliti.
3. Ketua Jurusan Manajemen Agus Wahyono SE., MM.
4. Dosen Pembimbing I Dr. Subagyo SE., M.M.yang telah sabar memberikan bimbingan kepada peneliti
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Staf TU Universitas Satya Negara Indonesia yang tidak bisa disebutkan satu persatu oleh peneliti.
6. Meliana Suharmita S.M selaku owner Mantikahijab yang telah mengizinkan penulis untuk penelitian.
7. Seluruh team dan responden Mantikahijab yang telah membantu dalam penelitian ini.
8. Mamah dan Kakak serta seluruh keluarga tercinta yang selalu memberikan doa dan memberikan dukungan secara materil maupun moril sebagai kekuatan bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi dengan baik.

9. Sigit, Lili, Dewi Candra dan Nur Eni rekan yang telah mendukung peneliti menyelesaikan pendidikan Sarjana dengan baik dan juga mendengarkan keluhan kesah peneliti.
10. Sherly, Ikhsan, Dede, Dewi S Aulia dan Ade selaku sahabat seperjuangan dan juga teman-teman Fakultas Ekonomi yang memberikan saran serta masukan kepada peneliti.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan khasanah ilmu bagi kita semua. Penulis menyadari skripsi dari kata sempurna karena keterbatasan yang dimiliki oleh peneliti. Oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Bekasi, 1 Agustus 2023

Penulis



Ani Oktapiani



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of brand image, price and promotion on purchasing decisions on the Mantikahijab TikTok account either simultaneously or partially. The population of this research is Mantikahijab consumers and the research sample is 90 respondents. The research technique is quantitative using purposive sampling. Assisted by an audit, the data obtained by this study were analyzed using statistical software SPSS Version 24 for Windows. The results of this study indicate that based on Simultaneous (F Test) Brand Image, Price and Promotion have a significant and significant effect on Purchasing Decisions with F arithmetic Test $> F$ table of $130,903 > 2.71$ with a significance value of $0,000 < 0.05$. Partially (t test) shows t count $3.707 > t_{table} 1.987$ and has a sig $0.000 < 0.05$. Then brand image has an effect on purchasing decisions, t count obtained is 3.378 , so t count $3.378 > t_{table} 1.987$ and has a sig $0.001 < 0.05$. Then the price affects the purchasing decision, the t count obtained is $2.725 > t_{table} 1.987$ and has a sig of $0.008 > 0.05$. Then the promotion has no significant effect on purchasing decisions. The coefficient of determination (Adjusted R2) obtained is 81.4% . Indicates against Purchasing Decisions.

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

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Akun TikTok Mantikahijab baik secara simultan atau parsial. Populasi penelitian ini adalah konsumen Mantikahijab dan sampel penelitian berjumlah 90 orang responden. Teknik penelitian adalah dengan kuantitatif menggunakan Purposive Sampling. Dibantu dengan audit data yang diperoleh penelitian ini dianalisis menggunakan perangkat lunak statistik SPSS Versi 24 for Windows. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan Simultan (Uji F) Citra Merek, Harga dan Promosi berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan F hitung Uji $>$ F tabel sebesar $130.903 > 2.71$ dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$. Secara parsial (Uji t) menunjukkan t hitung $3.707 >$ t tabel 1.987 dan memiliki sig $0.000 < 0.05$. Maka citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian, t hitung yang diperoleh sebesar 3.378 , jadi t hitung $3.378 >$ t tabel 1.987 dan memiliki sig $0.001 < 0.05$. Maka harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, t hitung yang diperoleh sebesar $2.725 >$ t tabel 1.987 dan memiliki sig $0.008 > 0.05$. Maka promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Koefisien determinasi (Adjusted R²) yang diperoleh sebesar 81,4%. Menunjukkan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : Citra Merek, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	13
BAB II.....	14
LANDASAN TEORI.....	14
A. Keputusan Pembelian.....	14
B. Citra Merek.....	22
C. Harga.....	28
D. Promosi.....	34
E. Penelitian Terdahulu.....	46
F. Kerangka Pemikiran.....	53
BAB III.....	55
METODOLOGI PENELITIAN.....	55
A. Sejarah Perusahaan.....	55
B. Waktu dan Tempat Penelitian.....	55

C. Desain Penelitian	55
D. Hipotesis Statistik	56
E. Variabel, Skala Pengukuran, dan Operasional Variabel Penelitian	57
F. Skala Pengukuran	62
G. Metode Pengumpulan Data	63
H. Sumber Data	65
I. Populasi dan Sampel	66
J. Metode Analisis Data	67
a. Uji Normalitas	78
b. Uji Multikolinieritas	80
c. Uji Heteroskedastisitas	80
d. Uji Autokorelasi	81
e. Uji Hipotesis	81
BAB IV	84
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	84
A. Hasil Penyebaran Kuesioner	84
B. Profil Perusahaan	84
C. Analisis Statistik Deskriptif	90
D. Uji Asumsi Klasik (Uji Kelayakan Data)	92
E. Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)	109
F. Pembahasan Hasil Penelitian	109
BAB V	112
KESIMPULAN DAN SARAN	112
A. Kesimpulan	112
B. Saran	113
DAFTAR PUSTAKA	115
LAMPIRAN	116

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penjualan produk melalui live streaming di akun TikTok Mantikahijab pada bulan November, Desember, Januari, Februari, dan Maret 2022/2023	4
Tabel 1. 2 Pra Survei Keputusan Pembelian	5
Tabel 1. 3 Pra Survei Citra Merek	7
Tabel 1. 4 Pra Survei Harga	8
Tabel 1. 5 Pra Survei Promosi	10
Tabel 2. 1 Dimensi dan indikaor keputusan pembelian	22
Tabel 2. 2 Dimensi dan Indikator Citra Merek	27
Tabel 2. 3 Dimensi dan Indikator Harga	34
Tabel 2. 4 Dimensi dan Indikator Promosi	45
Tabel 2. 5 Penelitian Terdahulu yang Relevan	46
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	61
Tabel 3. 2 Skala Likert	63
Tabel 3. 3 Output Uji Validitas Keputusan Pembelian	69
Tabel 3. 4 Instrumen Sebelum dan Sesudah Uji Validitas Variabel Y	70
Tabel 3. 5 Output Uji Validitas Citra Merek	71
Tabel 3. 6 Instrumen Sebelum dan Sesudah Uji Validitas Variabel X1	72
Tabel 3. 7 Output Uji Validitas Harga	73
Tabel 3. 8 Instrumen Sebelum dan Sesudah Uji Validitas Variabel X2	74
Tabel 3. 9 Output Uji Validitas Promosi	74
Tabel 3. 10 Instrumen Sebelum dan Sesudah Uji Validitas Variabel X3	75
Tabel 3. 11 Output Uji Reabilitas	77
Tabel 4. 1 Hasil Penyebaran Kuesioner	84
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	85
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Usia	86
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan	88
Tabel 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	89
Tabel 4. 6 Output Hasil Statistik Deskriptif	91
Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov	93
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinearitas	102
Tabel 4. 9 Hasil Uji Autokorelasi	104
Tabel 4. 10 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	105
Tabel 4. 11 Hasil Uji F	107
Tabel 4. 12 Hasil Uji t	108
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Grafik Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	85
Gambar 4. 2 Grafik Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	87
Gambar 4. 3 Grafik Profil Responden Berdasarkan Pendidikan	88
Gambar 4. 4 Grafik Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	90
Gambar 4. 5 Uji Normalitas Grafik P-P Plot Keputusan Pembelian	94
Gambar 4. 6 Uji Normalitas Grafik P-P Plot Citra Merek	95
Gambar 4. 7 Uji Normalitas Grafik P-P Plot Harga	96
Gambar 4. 8 Uji Normalitas Grafik P-P Plot Promosi	97
Gambar 4. 9 Uji Normalitas Grafik Histogram Keputusan Pembelian	98
Gambar 4. 10 Uji Normalitas Grafik Histogram Citra Merek	99
Gambar 4. 11 Uji Normalitas Grafik Histogram Harga	100
Gambar 4. 12 Uji Normalitas Grafik Histogram Promosi	101
Gambar 4. 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	103

