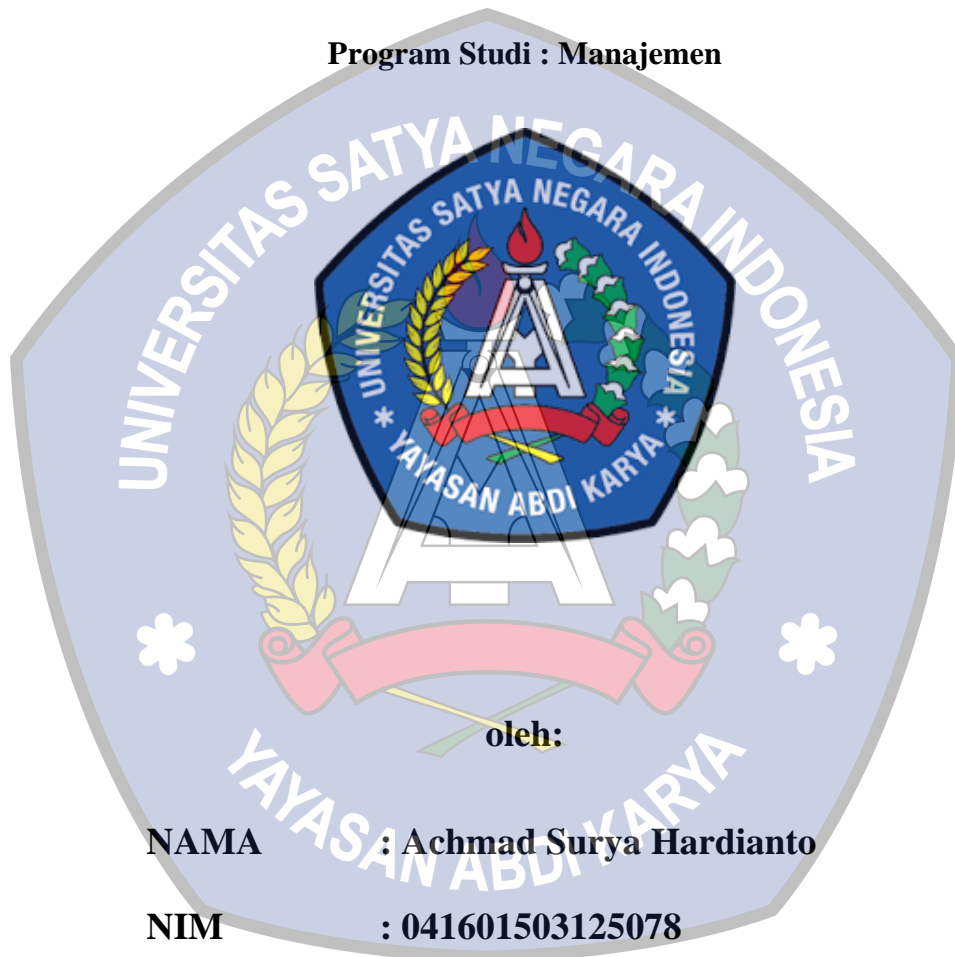


**PENGARUH CITRA MEREK, KELENGKAPAN PRODUK
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI
TOKO BUKU GRAMEDIA GANDARIA CITY MALL**

SKRIPSI

Program Studi : Manajemen



oleh:

NAMA : Achmad Surya Hardianto

NIM : 041601503125078

FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

2021

**PENGARUH CIRA MEREK, KELENGKAPAN PRODUK DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO
BUKU GRAMEDIA GANDARIA CITY MALL**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Unutk Memperoleh Gelar

SARJANA MANAJEMEN

Program Studi Manajemen – Strata 1



Oleh:

NAMA : Achmad Surya Hardianto

NIM : 041601503125078

FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

2021

**THE EFFECT OF BRAND IMAGE, PRODUCT
COMPLETENESS AND PROMOTION ON PURCHASING
DECISIONS AT GRAMEDIA GANDARIA CITY MALL
BOOKSTORE**

THESIS

The Study Program: Management



BY:

NAME : Achmad Surya Hardianto

NIM : 041601503125078

**FACULTY ECONOMICS & BUSINESS
SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY**

JAKARTA

2021

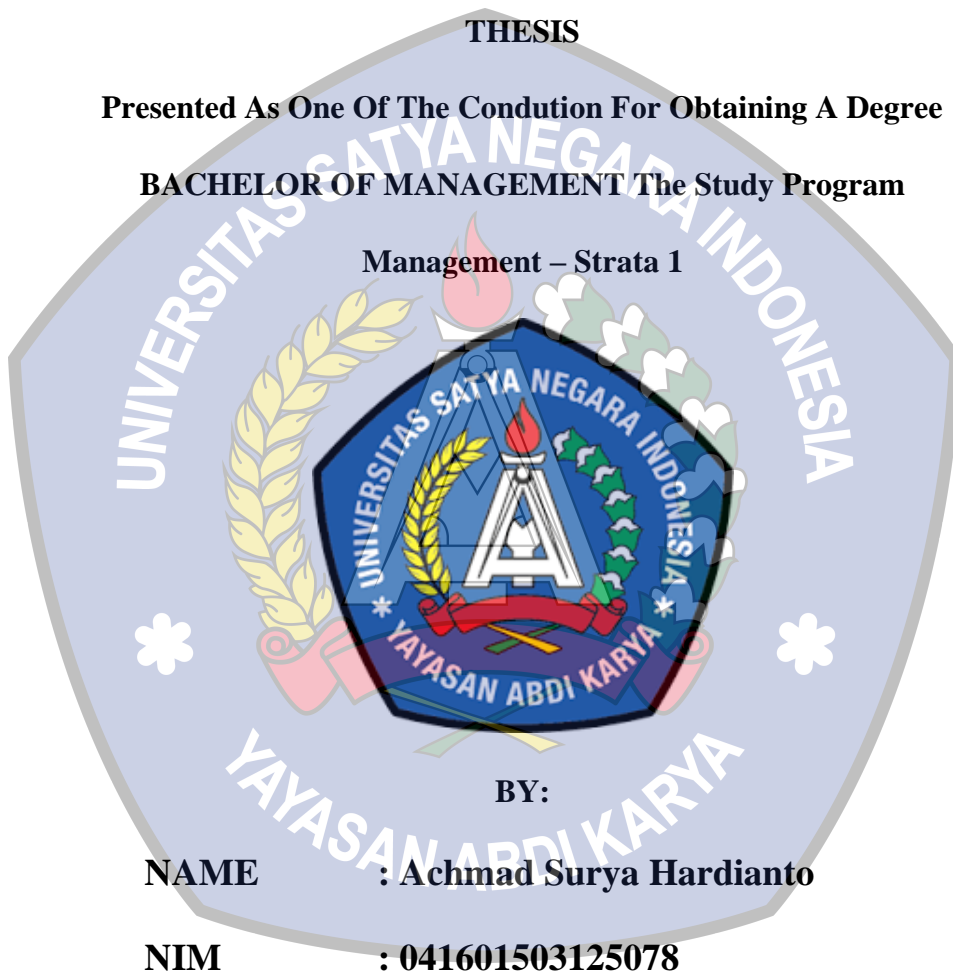
**THE EFFECT OF BRAND IMAGE, PRODUCT
COMPLETENESS AND PROMOTION ON PURCHASING
DECISIONS AT GRAMEDIA GANDARIA CITY MALL
BOOKSTORE**

THESIS

Presented As One Of The Conduction For Obtaining A Degree

BACHELOR OF MANAGEMENT The Study Program

Management – Strata 1



BY:

NAME : Achmad Surya Hardianto

NIM : 041601503125078

**FACULTY ECONOMICS & BUSINESS
SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY**

JAKARTA

2021

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Achmad Surya Hardianto
NIM : 041601503125078
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri dan seluruh isi skripsi 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 (penciplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 25 Januari 2021



(Achmad Surya Hardianto)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Achmad Surya Hardianto
NIM : 041601503125078
JURUSAN : Manajemen
KONSENTRASI : Pemasaran
JUDUL SKRIPSI :PENGARUH CITRA MEREK, KELENGKAPAN
PRODUK DAN PROMOSI TERHADAPA KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI TOKO BUKU GRAMEDIA GANDARIA
CITY MALL
TANGGAL UJIAN : 17 Februari 2021

Jakarta, 26 Januari 2021

Dosen Pembimbing II

Dosen Pembimbing I

(Dr. Subagiyo,SE., MM)

(Agus Wahyono,SE., MM)

Dekan

Ketua Jurusan

(GL. Hery Prasetya,SE., MM)

(Yuslinda Nasution,SE., MM)

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

**PENGARUH CITRA MEREK, KELENGKAPAN PRODUK DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO BUKU
GRAMEDIA GANDARIA CITY MALL**

OLEH :

NAMA : Achmad Surya Hardianto

NIM : 041601503125078

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 17 Februari 2021

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Ketua Penguji / Pembimbing I

(Agus Wahyono, SE., MM)

Anggota Penguji

Anggota Penguji

(Lucy Nancy Simatupang, SE., MM)

(Dr. Arifin Siagian, SE., MM)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia yang telah diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek, Kelengkapan Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Buku Gramedia Gandaria City Mall”** Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Satya Negara Indonesia.

Penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan baik secara moril maupun materil sehingga skripsi ini dapat selesai. Selain itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Rektor Universitas Satya Negara Indonesia Ibu Dra. Merry L. Panjaitan, M.M., MBA.
2. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Satya Negara Indonesia Bapak GL. Hery Prasetya, S.E., M.M.
3. Ketua Jurusan Manajemen Ibu Yuslinda Nasution S.E., M.M, yang senantiasa memberikan motivasi kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi.
4. Bapak Agus Wahyono, SE., MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan pengarahan dan bimbingan kepada penulis dalam penyusunan skripsi.

5. Bapak Dr. Subagiyo S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan, motivasi dan memberikan saran kepada penulis dalam penyusunan skripsi.
6. Bapak, Ibu dosen Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
7. Keluarga penulis, Ahmad Hartono dan Dian Suryani selaku Orang tua penulis, Titie Jokosari selaku tante penulis, Noneng selaku nenek penulis, Putri Nabila Permatasari dan Azzahra Liza Hardiani selaku Saudari penulis, atas segala dukungan dan doa yang tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik lancar.
8. Teman-teman Fakultas Ekonomi 2016 yang sudah sama-sama berjuang dan membantu selama dibangku perkuliahan. Pelajaran dan kenangan menjadi bekal dan cerita kehidupan saya kelak.
9. Keluarga Besar Manajemen (KEBESMEN) 2016 yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, namun tidak mengurangi rasa terima kasih saya karena sudah banyak membantu dan menemani saat penulis menyusun penelitian ini. Semoga tetap semangat menjalani sisa-sisa kehidupan di kampus tercinta. Pokonya kita semua sehat ya! Dan semua bisa menjadi orang sukses dunia akhirat. Aamiin.
10. Teman seperjuangan selama menyelesaikan skripsi ALDI HANFIADI, Rizky Ardiansyah, Tri Bagas, Toby Kevin Daniel, Elisabeth Yohanna, Maharani, Hazmi, Intan Permatasari, Diajeng Rafika, yang sama-sama membantu hingga skripsi ini dapat selesai dengan baik dan lancar.

Penulis dengan ini menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, seperti pepatah mengatakan tak ada gading yang tak retak. Untuk itu maka penulis dengan senang hati menerima berbagai masukan, saran, kritik, yang membangun demi kesempurnaan penulisan dimasa yang akan datang. Penulis berharap laporan ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pengembangan ilmu.

Jakarta, 25 Januari 2021



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kelengkapan produk dan promosi terhadap keputusan pembelian Toko Buku Gramedia Gandaria City Mall secara parsial maupun simultan. Data yang digunakan merupakan data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 orang responde yang pernah berkunjung dan membeli di toko buku Gramedia Gandaria City Mall. 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 Citra Merek (X_1), Kelengkapan Produk (X_2) dan Promosi (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Secara Parsial (Uji t) Citra Merek terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dan Kelengkapan produk terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan Promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

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

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of brand image, product completeness and promotion on purchasing decisions of Gramedia Gandaria City Mall Bookstore partially or simultaneously. The data used are primary data collected through distributing questionnaires to 100 respondents who have visited and purchased at the Gramedia Gandaria City Mall bookstore. 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 study is the Multiple Linear Regression Test, F test, t test and the coefficient of determination.

The results showed that simultaneously (F test) there was a significant influence between the variables of Brand Image (X1), Product Completeness (X2) and Promotion (X3) on Purchasing Decisions (Y). Partially (t test) Brand image has a significant effect on purchasing decisions and Product Completeness has a significant effect on purchasing decisions, while promotion does not have a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *Brand Image, Product Completeness, Promotion and Purchase Decision.*

