

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA DAN VARIASI PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI BROWNIES AMANDA
JALAN GAJAH MADA JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen



Oleh: AMANDA NOVALIA ARIFIN
2110411051

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2025**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

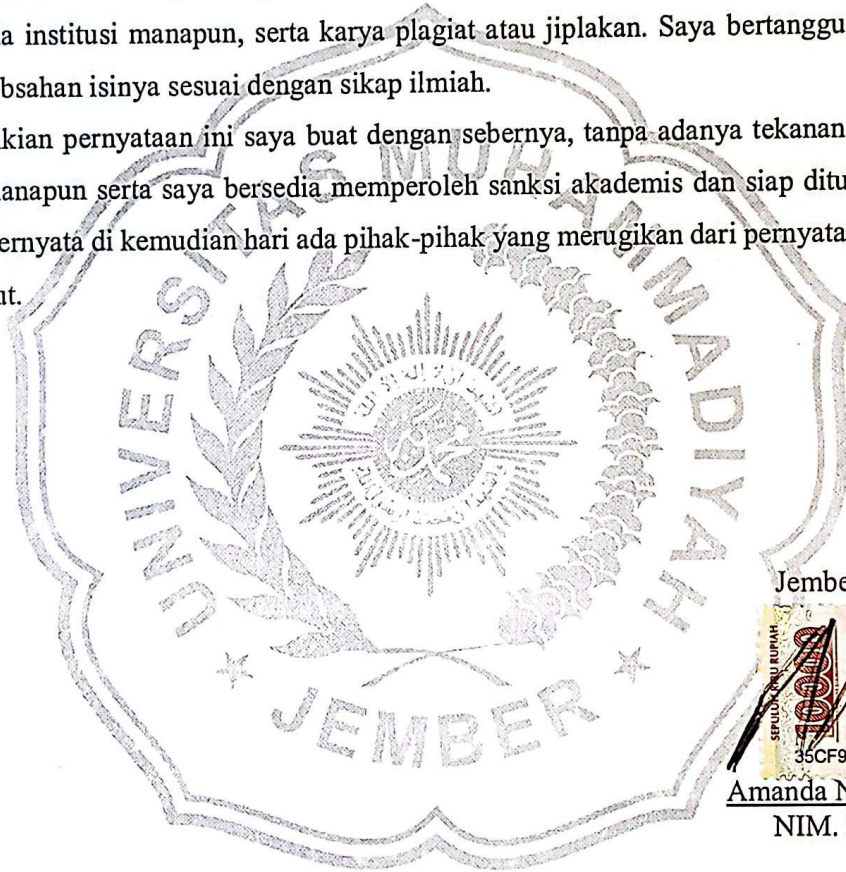
Nama : Amanda Novalia Arifin

NIM : 2110411051

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa ilmiah berupa SKRIPSI yang berjudul: PENGARUH BRAND IMAGE, HARGA DAN VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI BROWNIES AMANDA JEMBER adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggungjawab atas keaslian, keabsahan isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebernarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademis dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang merugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.



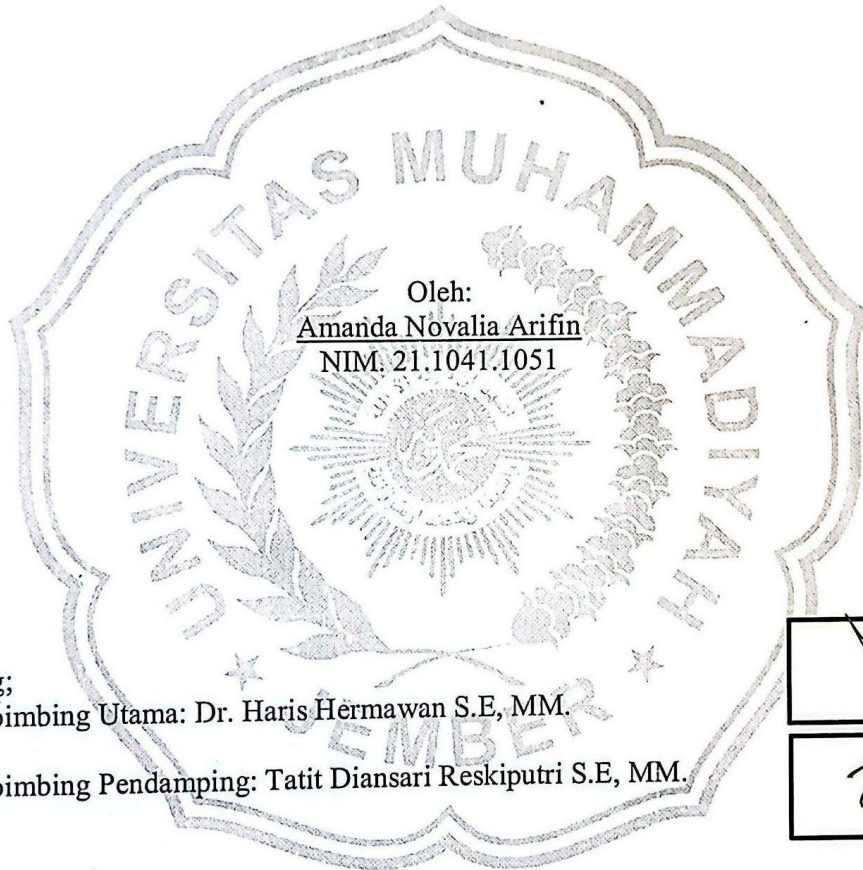
Jember, 4 Juli 2025

A handwritten signature in black ink is written over a yellow official stamp. The stamp contains the text 'SEKOLAH RUMAH', 'MAYOR', 'STAMP', and a unique code '35CF9AJX922765342'.

Amanda Novalia Arifin
NIM. 21.1041.1051

PERSETUJUAN SKRIPSI

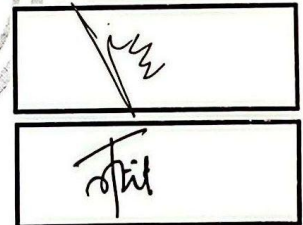
PENGARUH BRAND IMAGE, HARGA DAN VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI BROWNIES AMANDA JEMBER



Pembimbing;

Dosen Pembimbing Utama: Dr. Haris Hermawan S.E, MM.

Dosen Pembimbing Pendamping: Tatit Diansari Reskiputri S.E, MM.



PENGESAHAN

Tugas skripsi berjudul: PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA DAN VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI BROWNIES AMANDA JEMBER, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Nama : Amanda Novalia Arifin

Nim : 2110411051

Hari : Jum'at

Tanggal : 4 Juli 2025

Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji

Dr. Budi Santoso S.E., MM. M. Akun

NPK. 1973100911139340

Anggota 1,

Dr. Haris Hermawan S.E. MM

NPK. 1968101011503640

Anggota 2,

Tatit Diansari Reski Putri S.E., MM.

NPK. 1990032111703804

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ekonomi



Maheni Ika Sari SE., M.M.

NIP. 197708112005012001

Ketua Program Studi

Dr. Trias Setyowati. SH., SE. MM

NPK. 1972032710509477

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya Dia mendapat (pahala) dari (kebijakan) yang dikerjakannya dan mendapat (siksa) dari (kejahatan) yang diperbuatnya”
(Q.S Al-Baqarah:286)

“ Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan”
(Q.S Al- Insyirah 5-6)



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Puji dan syukur terucap kepada Allah SWT yang sudah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya. Pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan penelitian ini sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Dalam kesempatan ini kami ucapkan banyak-banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya:

1. Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan supaya bisa menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan sebaik mungkin.
2. Kepada kedua orangtua saya Bapak Zaenal Arifin dan Ibu Sri Handayani terimakasih atas doa yang selalu dipanjatkan serta dukungan dan support untuk bisa mengerjakan tugas akhir skripsi ini dengan sebaik mungkin. Terimakasih yang tiada henti saya ucapkan kepada orang tua saya, sebab saya tidak bisa membalas satu persatu kebaikan kalian kepada saya semoga senantiasa Allah SWT yang bisa membalasnya.
3. Kepada adik adik saya terutama yang bernama Anindhita Novilia Arifin dan juga Muhammad Gilang Pratama yang selalu memberikan dukungan dan mengingatkan saya untuk selalu konsisten pada tugas akhir skripsi saya saat ini.
4. Kepada nenek saya dan juga saudara saudara saya yang selalu memberikan semangat dan support kepada saya. Terimakasih saya ucapkan semoga senantiasa Allah SWT yang akan membalasnya dengan kebaikan.
5. Untuk seseorang yang saya cintai Muhammad Alimahrus Romadoni yang selalu menjadi pendengar keluh kesah saya dan juga selalu memberikan semangat dan motivasi sehingga tugas akhir skripsi ini terselesaikan.
6. Kepada Bapak Haris Hermawan S,E. MM. Selaku dosen pembimbing 1 saya, saya ucapkan terimakasih banyak atas bimbingan dan waktu yang bermanfaat yang telah diberikan kepada saya untuk kesempurnaan tugas akhir skripsi saya.
7. Kepada Ibu Tatit Diansari Reskiputri S,E. MM. Selaku dosen pembimbing 2 saya, saya ucapkan terimakasih banyak atas bimbingan dan waktu yang bermanfaat yang telah diberikan kepada saya untuk kesempurnaan tugas akhir skripsi saya.

ABSTRAK

Pada saat ini persaingan dalam suatu dunia bisnis semakin ketat. Hal ini menjadi suatu tuntutan bagi setiap perusahaan untuk dapat memaksimalkan kinerja perusahaannya agar mampu bersaing di pasar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh brand image, harga, dan variasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Brownies Amanda. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan konsumen Brownies Amanda. Analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda untuk mengetahui sejauh mana pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa brand image, harga, dan variasi produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara parsial, brand image dan variasi produk memiliki pengaruh positif dan signifikan, sedangkan variabel harga juga berpengaruh namun dengan tingkat signifikansi yang lebih rendah. Temuan ini mengindikasikan bahwa citra merek yang kuat serta beragamnya pilihan produk menjadi faktor utama yang mendorong konsumen dalam mengambil keputusan pembelian di Brownies Amanda.

Kata Kunci: *Brand Image, Harga, Variasi Produk, Keputusan Pembelian, Brownies Amanda.*

ABSTRACT

Nowadays, competition in the business world is getting tighter. This has become a demand for every company to be able to maximize its company's performance in order to compete in the market. This study aims to determine the effect of brand image, price, and product variation on consumer purchasing decisions at Brownies Amanda. The method used in this study is a quantitative method with a survey approach. Data were obtained by distributing questionnaires to 100 respondents who are consumers of Brownies Amanda. Data analysis was carried out using multiple linear regression to determine the extent to which each independent variable influences the dependent variable. The results of the study indicate that brand image, price, and product variation simultaneously have a significant effect on purchasing decisions. Partially, brand image and product variation have a positive and significant effect, while the price variable also has an effect but with a lower level of significance. These findings indicate that a strong brand image and a variety of product choices are the main factors that drive consumers in making purchasing decisions at Brownies Amanda.

Keywords: *Brand Image, Price, Product Variation, Purchasing Decisions, Brownies Amanda.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa. Atas rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul Pengaruh *Brand image*, Harga dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Brownies Amanda Jember penyusunan laporan penelitian ini dilakukan sebagai kewajiban dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Manajemen (SM) pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. Sehingga dengan itu penulis menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Hanafi M.Pd, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Maheni Ika Sari, SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Dr.Trias Setyowati,SH.,SE.,MM, selaku Kepala Jurusan Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Dr. Haris Hermawan S.E, MM. selaku pembimbing utama yang selalu meluangkan waktu yang bermanfaat untuk melakukan bimbingan dan pengarahan demi kesempurnaan tugas akhir skripsi ini.
5. Tatit Diansari Reskiputri S.E, MM. selaku pembimbing kedua yang selalu meluangkan waktu yang bermanfaat untuk melakukan bimbingan dan pengarahan demi kesempurnaan tugas akhir skripsi ini.
6. Semua pihak yang telah menjadi bagian penting dalam mengerjakan skripsi ini. Terimakasih atas segala bantuannya.

Atas amal baik yang telah diberikan kepada penulis semoga Allah SWT memberikan balasan yang sesuai dan semoga rahmad seta hidayahNya diberikan kepada kita semua. Besar harapan penulis semoga skripsi ini berguna bagi penulis lain dan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Jember, 03 Maret 2025

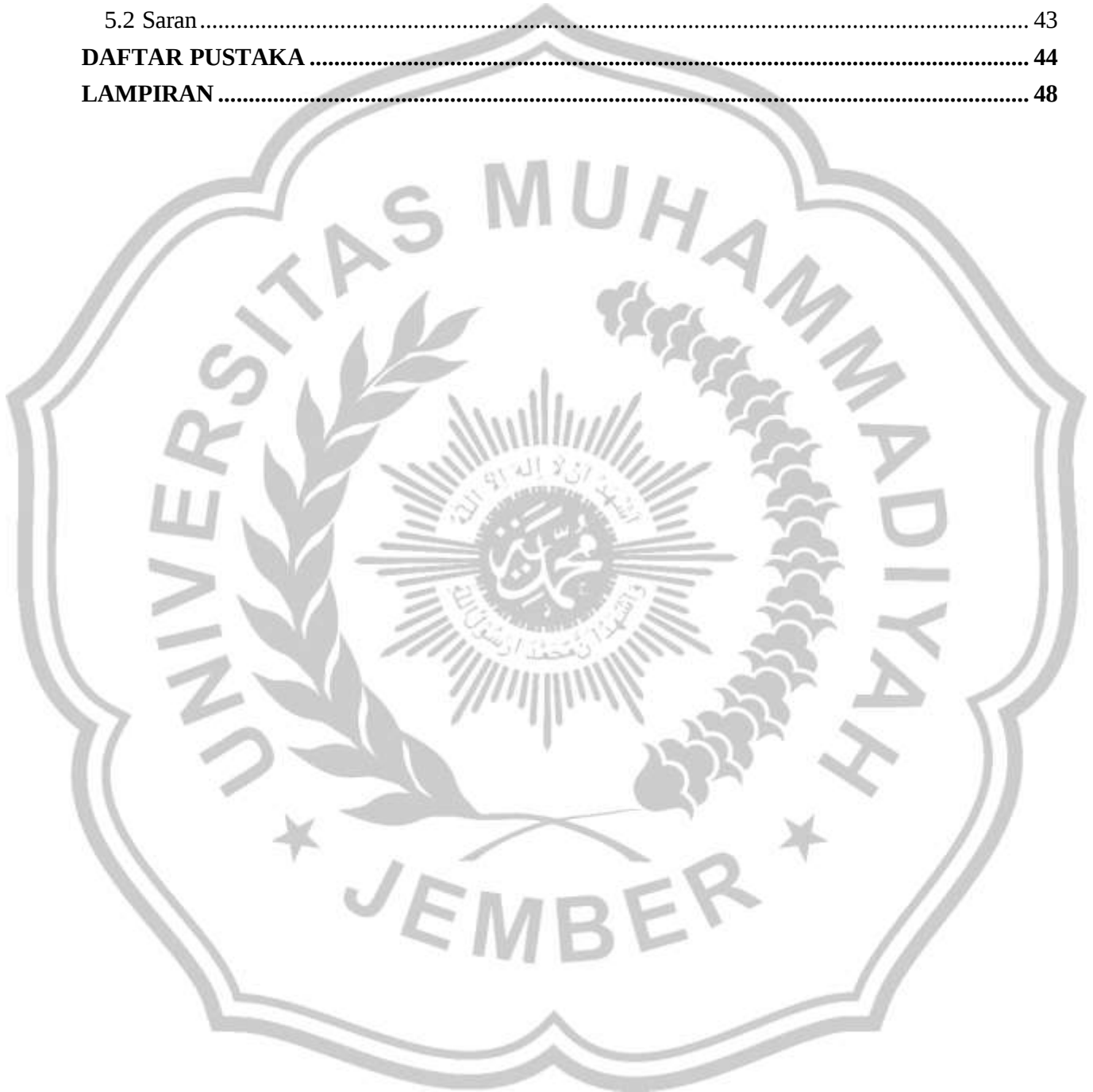
Penulis

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
2. TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 <i>Grand Theory</i>	7
2.2 Kajian Teori.....	7
2.2.1 <i>Brand Image</i>	7
2.2.2 Harga	8
2.2.3 Varisi Produk.....	10
2.2.4 Keputusan pembelian.....	11
2.3 Penelitian Terdahulu.....	12
2.4 Kerangka Konseptual	19
2.5 Hipotesis	20
2.5.1 Pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian.....	20
2.5.2 Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.....	20
2.5.3 Pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian	20
3. METODE PENELITIAN	22
3.1 Identifikasi Variabel.....	22
3.2 Definisi Operasional Variabel	22

3.3 Desain Penelitian.....	23
3.4 Jenis Data	23
3.5 Populasi	23
3.6 Sampel	24
3.7 Teknik Pengambilan Sampel	24
3.8 Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.9 Pengukuran Variabel dan Kategorisasi Variabel	25
3.10 Teknik Analisis Data	25
3.11 Analisis Regresi Linier Berganda.....	26
3.12 Uji Asumai Klasik.....	27
3.13 Uji Hipotesis.....	28
4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	29
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	29
4.1.1 Logo Amanda Brownies	30
4.1.2 Visi dan Misi Brownies Amanda	30
4.2 Karakteristik Responden.....	30
4.3 Analisis Index Jawaban Responden	32
4.3.1 Deskripsi Variabel Brand Image (X_1).....	32
4.3.2 Deskripsi Variabel Harga (X_2).....	32
4.3.3 Deskripsi Variabel Variasi Produk (X_3).....	33
4.3.4 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	34
4.4 Hasil Uji Instrumen Data	34
4.4.1 Uji Validitas.....	34
4.4.2 Uji Reabilitas	35
4.5 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	36
4.6 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	36
4.6.1 Uji Normalitas	36
4.6.2 Uji multikolinearitas	37
4.6.3 Uji Heteroskedastisitas.....	38
4.7 Uji Hipotesis.....	39
4.7.1 Uji t Parsial.....	39
4.7.2 Koefisien Determinasi R^2	39
4.8 Pembahasan	40

4.8.1 Pengaruh Variabel Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian.....	40
4.8.2 Pengaruh Variabel Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	41
4.8.3 Pengaruh Variabel Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	41
5 KESIMPULAN DAN SARAN	43
5.1 Kesimpulan.....	43
5.2 Saran.....	43
DAFTAR PUSTAKA	44
LAMPIRAN	48



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 kerangka Konseptual.....	19
Gambar 4. 1 Logo Brownies Amanda	30
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas.....	37
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	38
Gambar 4. 4 Hasil Determinasi	40



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Umur	31
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	31
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	31
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Brand Image.....	32
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Harga	33
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variasi Produk	33
Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Keputusan Pembelian	34
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas.....	35
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reabilitas	35
Tabel 4. 10 Analisis Regresi Linier Berganda	36
Tabel 4. 11 Hasil Multikolinearitas.....	37
Tabel 4. 12 Hasil Uji t.....	39

