



**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, HARGA  
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE  
SEDAP**

**(Studi Kasus Pada Masyarakat Curahnongko, Tempurejo Jember)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir Dan Memenuhi Salah Satu Syarat  
Untuk Menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) Dan Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi**

**Oleh:**

**DWI LANTRI NINGSIH**

**NIM : 13 104 11 173**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

**2018**



**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, HARGA DAN  
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE SEDAP  
(Studi Kasus Pada Masyarakat Curahnongko, Tempurejo Jember)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir Dan Memenuhi Salah Satu Syarat  
Untuk Menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) Dan Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi**

**Oleh:**

**DWI LANTRI NINGSIH**

**NIM : 13 104 11 173**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

**2018**

## **PERNYATAAN**

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Dwi Lantri Ningsih

Nim : 1310411173

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE SEDAP PADA MASYARAKAT CURAHNONGKO, TEMPUREJO JEMBER; adalah hasil karya sendiri. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan peksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 15 januari 2018

Yang menyatakan,

Dwi Lantri Ningsih

NIM. 13.104.11.173

# SKRIPSI

## PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE SEDAP

(studi kasus pada masyarakat curahnongko, tempurejo jember)



Oleh:

Dwi Lantri Ningsih

Nim : 13 104 11 173

Pembimbing:

Dosen pembimbing utama : Trias Setyowati, S.E., SH., MM.

Dosen pembimbing pendamping : Akhmad Fahrur Rozi, S.E., MM.

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul: Pengaruh citra merek, kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian mie sedap pada masyarakat curahnongko, tempurejo jember; telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari :

Tanggal :

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim penguji,

Seno Sumowo, SE., MM.

NPK: 0109288

Anggota 1,

Anggota 2,

Trias Setyowati, SE., SH.,MM

NPK: 0509477

Akhmad Fahrur Rozi, SE., MM

NPK: 19900201.1.1703798

Mengesahkan:

Dekan,

Ketua Program Studi,

Arik Susbiyani, SE., M.Si

NPK: 0109289

Drs. Anwar, M.Sc

NPK: 8503125

## MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Al-Baqarah: 286)

Barangsiapa yang menapaki suatu jalan dalam rangka mencari ilmu maka Allah akan memudahkan baginya jalan ke Surga.

“ H.R. Ibnu Majah & Abu Dawud”

*Man Jadda Wajada* (Barang siapa bersungguh- sungguh pasti berhasil).

*Man Shabara Zhafira* (Barang siapa bersabar pasti akan beruntung).

*Man Sara Ala Darbi Washala* (Barang siapa menapaki jalan-Nya pasti akan sampai tujuan).

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan karunia-Nya, nikmat kesehatan, pemahaman, dan kasih-Nya kepadaku dalam mengerjakan skripsi ini, dan tidak lupa saya ucapkan banyak terimakasih kepada semua yang telah membantu saya dalam menyelesaikan tugas akhir. Skripsi ini saya persembahkan, diantaranya :

1. Allah SWT yang telah memberikan hidayah dan karunia sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi tepat pada waktunya.
2. Untuk kedua orang tuaku yang tercinta, bapak ismail dan ibu paisih, yang selama ini mendidik, membimbingku dan tiada hentinya menyayangiku.
3. Untuk adikku tersayang siti lutfian hakim.
4. Untuk teman-teman seangkatan dan seperjuangan Manajemen 2013.
5. Untuk semua sahabat dan orang terdekatku: Lufi khusnul k.,SE., M.sulton.,SE., Ganang febriawan., SPt., Agnesia lisa febriana, Deny arief budiman, dan semuanya yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu.
6. Untuk semua teman warga perkopian: Kiki aprilia, Aries, Ade, eenk, candra, isnan, prisco, imron dan semua yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu.
7. Keluarga branong karimata 4 tersayang yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillahirobbilalamin, banyak nikmat yang Allah berikan tetapi sedikit yang kita ingat. Segala puji syukur kepada Allah SWT atas segala berkah, rahmat, taufik serta hidayah-Nya yang tidak terkira besarnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian”.

Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjan Ekonomi (SE) pada Program Studi Manajemen (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunannya, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Arik Susbiyani, S.E., M.Si. Selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
2. Drs. Anwar, M.Si. Selaku Ketua Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
3. Trias Setyowati, S.E., SH., MM. selaku Dosen Pembimbing I dan Akhmad Fahrur Rozi, S.E., MM. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan sehingga tersusunnya skripsi ini.
4. Seno sumowo selaku Dosen Penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Seluruh staff pengajar/dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staff Pengajar Jurusan Manajemen.



6. Terimakasih bapak dan ibuku, terimakasih untuk do'a yang tak pernah putus.
7. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen angkatan 2013 yang telah memberikan semangat dan dukungan.
8. Untuk Almamaterku, Universitas Muhammadiyah Jember Khususnya Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi.
9. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bisa memberikan sedikit kebahagiaan menuntun pada langkah yang lebih baik lagi. Meskipun penulis berharap isi dari skripsi ini bebas dari kekuarangan dan kesalahan, namun selalu ada kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengahrapkan kritik dan saran yang membangu agar skripsi ini dapat lebih baik lagi. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.



Jember, Januari 2018

Penyusun

Dwi Lantri Ningsih

## DAFTAR ISI

### HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PEMBIMBINGAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
<b>1. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penulisan .....	9
<b>2. TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
2.1 Landasan Teori .....	10

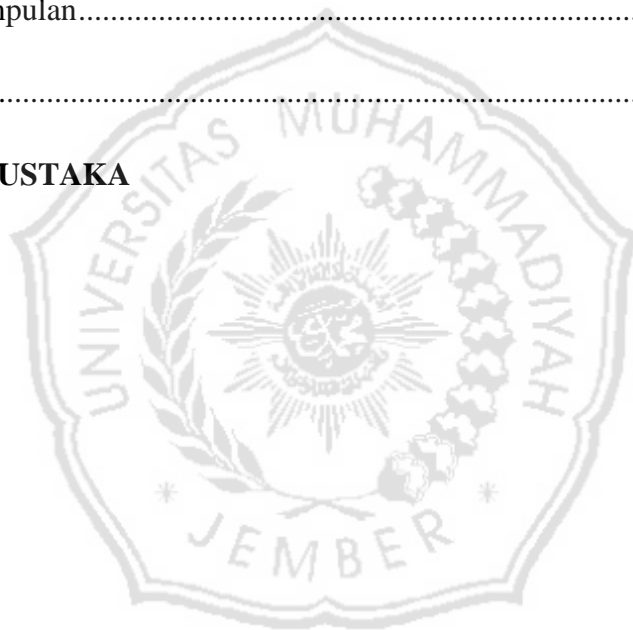
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	10
2.1.2 Manajemen Pemasaran .....	10
2.1.3 Konsep Pemasaran .....	11
2.1.4 Keputusan pembelian .....	12
2.1.5 Citra Merek .....	12
2.1.6 Kualitas Produk .....	14
2.1.7 Harga .....	15
2.1.8 promosi .....	16
2.1.9 Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian .....	19
2.1.10 Tahap-tahap proses keputusan pembelian .....	20
2.1.11 Perilaku konsumen .....	22
2.2 Penelitian Terdahulu .....	23
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	24
2.4 Hipotesis Penelitian .....	25
<b>3. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
3.1 Variabel Penelitian .....	28
3.2 Definisi Operasional Variabel .....	28
3.3 Populasi .....	31
3.4 Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	31
3.4.1 Sampel .....	31
3.4.2 Teknik Pengambilan Sampel .....	32

3.5 Jenis dan Sumber Data .....	32
3.6 Metode Pengumpulan Data .....	33
3.7 Teknik Pengukuran Variabel.....	34
3.8 Metode Analisis Data .....	34
3.9 Analisis Regresi Linier Berganda .....	36
3.10 Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	36
3.11 Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F).....	37
3.12 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t).....	38

#### **BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1 Gambaran umum .....	39
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian Di Curahnongko.....	39
4.1.2 Gambaran Umum Responden .....	40
4.1.4 Analisis Deskriptif Responden.....	43
4.2 Pengujian Instrumen Data .....	53
4.2.1 Pengujian Validitas Data .....	53
4.2.2 Pengujian Reliabilitas Data .....	56
4.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda .....	57
4.3 Penguji Asumsi Klasik .....	58
a. pengujian normalitas .....	58
b. pengujian multikolinearitas .....	59
c. pengujian heterokedastisitas .....	60

4.4 Koefisien Determinasi .....	62
4.5 pengujian hipotesis .....	62
4.5.1 Uji T .....	62
4.5.2 Uji F.....	64
4.6 Pembahasan .....	64
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>67</b>
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 saran.....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 omset penjualan mie sedap .....	7
Tabel 2.1 ringkasan penelitian terdahulu .....	23
Tabel 4.1 responden menurut jenis kelamin .....	41
Tabel 4.2 Responden Menurut Usia.....	41
Tabel 4.3 responden berdasarkan berapa kali mengkonsumsi mie sedap.....	42
Tabel 4.4 responden berdasarkan pekerjaan .....	42
Tabel 4.5 frekuensi pernyataan responden terhadap citra merek .....	44
Tabel 4.6 frekuensi pernyataan responden terhadap kualitas produk .....	46
Tabel 4.7 frekuensi pernyataan responden terhadap harga .....	48
Tabel 4.8 frekuensi pernyataan responden terhadap promosi .....	50
Tabel 4.9 frekuensi pernyataan responden terhadap keputusan pembelian .....	52
Tabel 4.10 hasil pengujian validitas .....	55
Tabel 4.11 hasil pengujian reliabilitas .....	56
Tabel 4.12 hasil analisis regresi linier berganda .....	57
Tabel 4.13 hasil uji multikolinieritas .....	60
Tabel 4.14 Hasil Koefisien Determinasi .....	62
Tabel 4.14 hasil uji T .....	63
Tabel 4.15 hasil uji F.....	64

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 kerangka konsep penelitian .....	24
Gambar 4.1 hasil uji normalitas .....	59
Gambar 4.2 hasil uji heterokedastisitas .....	61



## DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN I : Pengantar Kuesioner penelitian  
LAMPIRAN II : Petunjuk Pengisian Kuesioner penelitian  
LAMPIRAN III : Kuesioner Penelitian  
LAMPIRAN IV : Rekapitulasi Kuesioner  
LAMPIRAN V : Frekuensi karakteria Responden  
LAMPIRAN VI : Uji Validitas  
LAMPIRAN VII : Uji Reliabilitas  
LAMPIRAN VIII : Uji Regresi, Uji Asumsi Klasik, dan Uji Hipotesis  
LAMPIRAN IX : Tabel r Product Moment, dan Tabel Distribusi t  
LAMPIRAN X : Dokumentasi  
LAMPIRAN XI : Bukti Empiris





## DAFTAR PUSTAKA

- American Marketing Association. 2008. **Perilaku Konsumen Dan Implikasi Dalam Strategi Pemasaran**. Terjemahan Nugroho Setiadi J. PT. Prenada. Jakarta.
- Andre 2014. **Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Ditribusi Terhadap Kualitas Konsumen**. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Jember.
- Assharrefdino, 2013 **Teori Harga Dan Penetapan Harga**. Assharefdino.Blogspot.Co.Id/2013/04/Teori\_Harga\_Penetapan\_Harga.Html
- Ay Perdana, 2014 **Pengertian Pemasaran Dan Manajemen Pemasaran**. Repository.Widyatama.Ac.Id/Xmlui/Bitstream/Handle/123456789/3112/Bab2.Pdf?
- Ferdinand. Augusty 2006. **Model Penelitian Manajemen**. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam. 2005. **Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS**, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Amstrong. 2011. **Dasar-Dasar Pemasaran**. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2009. **Manajemen Pemasaran**. Edisi Tiga Belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 Dan 2. Jakarta : Erlangga
- Kotler Philip Dkk, 2012, **Manajemen Pemasaran Perspektif Asia**. Buku Dua, Edisi Pertama, Andy, Yogyakarta
- Kuncoro. Mudrajat 2003. **Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi**. Erlangga. Yogyakarta.
- Lusia Oktaviani, 2014. **Analisis Pengaruh Brand Image(Citra Merek),Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Pembelian Produk Mie Instan**. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Jember
- Muhammad Romadhoni, 2015 **Pengaruh Citra Merek Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Sepatu Nike**. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- My Sumirat. 2015. **Pengertian Pemasaran**. Repository. Unisba. Ac. Id: 8080/Xmlui/Bitstream/Handle/123456789/572/06BAB2\_Sumirat\_10090310219\_Skr\_2015.Pdf?

- Nurfitriyanti 2011 **Operasional Variable**. [Http://Elib. Unikom. Ac. Id/ Files/ Disk1/ 585/ Jbptunikompp-Gdl-Nurfitriya-29243-10-Nurfitri-I.Pdf](http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/585/jbptunikompp-gdl-nurfitriya-29243-10-nurfitri-i.pdf)
- Praba Sulistiawati, 2010. **Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer**. Skripsi. Universitas Diponegoro Semarang.
- Riyadi. 2014. **Pengertian Data**. [Http://Www.Definisi-Pengertian.Com/2016/01/Pengertian-Data-Definisi-Menurut-Ahli.Html](http://www.definisi-pengertian.com/2016/01/pengertian-data-definisi-menurut-ahli.html)
- Ratna Arya Cakka, 2016 **Pengertian Variable Penelitian Menurut Sugiyono** [Www.Gudangteori.Xyz/2016/05/Pengertian Variabel Penelitian Menurut Html](http://www.gudangteori.xyz/2016/05/pengertian-variabel-penelitian-menurut-html)
- Rosvita Dua Lembang, 2010. **Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Cuaca Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro**. Skripsi. Universitas Diponegoro
- Salma Rosita, 2015 **Alalisis Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, Promosi Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Clear**. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Jember.
- Simamora, Bilsom. 2011. **Aura Merek**. Jakarta. Jakarta: PT. Ikrar Mandiri Abadi
- Sugiyono. 2008. **Metode Penelitian Bisnis**. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. **Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan, Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D)**. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. **Metode Penelitian Bisnis**. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Swasta, Basu Dan Irawan, DH. 2008. **Manajemen Pemasaran Modern**. Edisi Kedua. Cetakan Ketiga Belas. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Thesa Ananda Prima, 2016 **Hubungan Konsumsi Makanan Siap Saji Dan Aktifitas Fisik Dengan Obesitas Di Indonesia Tahun 2015**. Etd. Unsia. [Ac. Id/ Index. Php? P=Show\\_Detail&Id=15923](http://ac.id/index.php?P=Show_Detail&Id=15923).
- Tjiptono, Fandy. 2008. **Strategi Pemasaran**. Yogyakarta, Penerbit Andi.
- Umar. 2010. **Metode Riset Bisnis**. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Yusri Zalfirzal November 22 2010. **Jurnal Manajemen Pemasaran**. Petra Vol.2, No.1 (2014).