

**ANALISIS CITRA MEREK, HARGA, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA SALAD BUAH UMMI HANIF  
(Studi Kasus Pada Warga RT 003/ RW 030)**

**Skripsi**

**Disusun Oleh :**

**Ni Wayan Liniawati**

**201710325049**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2021**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

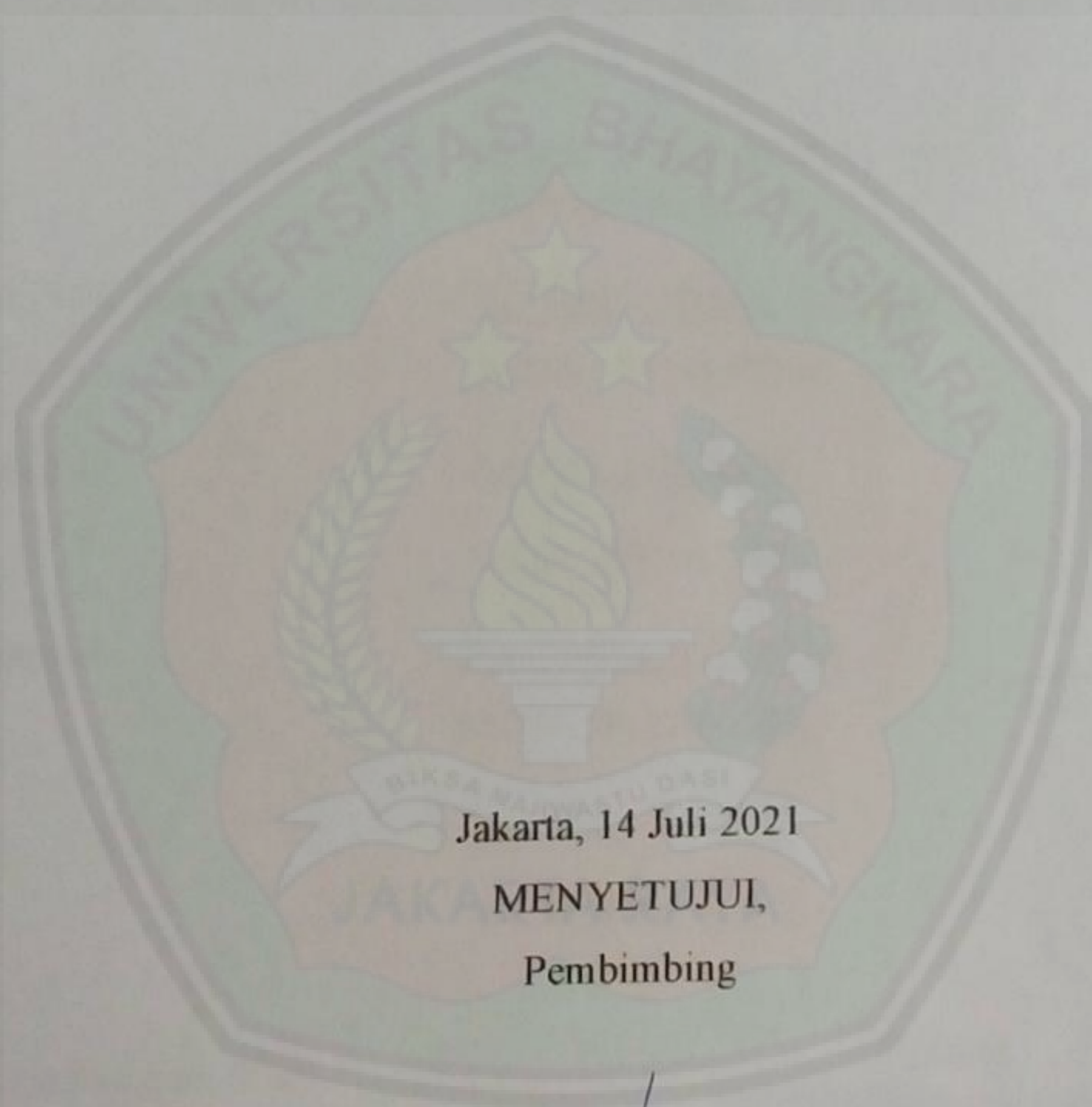
Judul Skripsi : Analisis Citra Merek, Harga, dan *Word Of Mouth*  
Terhadap Keputusan Pembelian Salad Buah  
Ummi Hanif (Studi Kasus Warga RT 003/ RW 030)

Nama Mahasiswa : Ni Wayan Liniawati

NPM : 201710325049

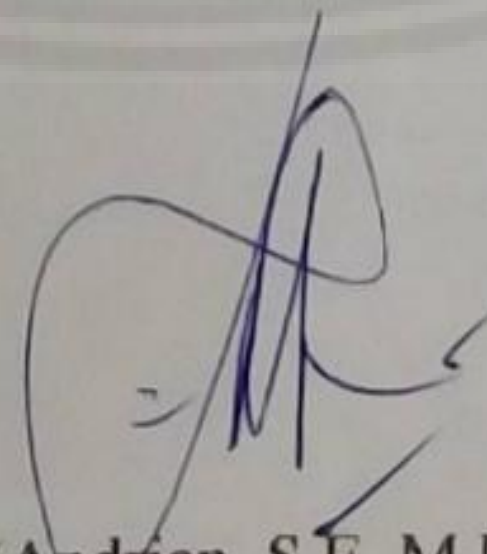
Program Studi/ Fakultas : Manajemen/ Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 06 Juli 2021



Jakarta, 14 Juli 2021

MENYETUJUI,  
Pembimbing



(Andrian, S.E., M.M.)

NIDN : 0321077102



## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Citra Merek, Harga, dan *Word Of Mouth*  
Terhadap Keputusan Pembelian Salad Buah  
Umami Hanif (Studi Kasus Warga RT 003/ RW 030)

Nama Mahasiswa : Ni Wayan Liniawati

NPM : 201710325049

Program Studi/ Fakultas : Manajemen/ Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 06 Juli 2021

Jakarta, 14 Juli 2021  
MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.  
NIDN : 0325057908

Penguji I : Andrian, S.E., M.M.  
NIDN : 0321077102

Penguji II : Supriyanto, S.E., M.M.  
NIDN : 0020067201

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi  
Manajemen

Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Hadita, S.Pd, M.M  
NIDN : 0329048302

Dr. Istianingsih M.S. Ak., CA., CSRA., CACP.  
NIDN : 0318107101



## PERNYATAAN

Dngan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul Analisis Citra Merek, Harga dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Salad Buah Ummi Hanif (Studi Kasus Warga RT003/ RW 030).

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan tidak mengandung materi yang tertulis oleh orang lain kecuali dengan pengutipan sebagai referensi yang sumber yang telah dituliskan orang lain yang secara jelas dengan sesuai kaidah penulisan karya Ilmiah ini.

Apakah kemudian hari sangat ditemukan adanya kecurangan dalam hasil karya ini, saya sangat bersedia untuk menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digunakan oleh melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Saya sangat mengizinkan kepada perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Rava dalam menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut dengan melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 14 Juli 2021

Yang Membuat Pernyataan,



METERAI  
TEMPEL  
BBAJX338094099

(Ni Wayan Liniawati)

201710325049



## ABSTRAK

**Ni Wayan Liniawati , 201710325049.** Analisis Citra Merek, Harga, Dan *Word Of Mouth* Keputusan Pembelian Pada Salad Buah Umami Hanif

Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar Pengaruh Citra Merek (X1), Harga (X2), dan *Word Of Mouth* (X3) Terhadap Keputusan Pembelian Salad Buah Umami Hanif. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode non probability sampling dengan teknik sampel Jenuh . Populasi dalam penelitian ini adalah Warga Rt 003/ RW 030. Dengan sampel penelitian yaitu sebanyak 107 orang, dengan teknik sampel Jenuh. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 25. Hasil Uji t, menunjukkan variable Citra Merek (X1) secara parsial T- hitung  $1,988 > 1,982$  (T-tabel). Harga (X2) secara parsial di peroleh dari T- hitung  $3,381 > 1,982$  (T-tabel). *Word Of Mouth* (X3) secara parsial di peroleh dari T- hitung  $4,540 > 1,982$  (T-tabel) Hasil Uji F, menunjukan bahwa Citra Merek (X1), Harga (X2), dan *Word Of Mouth* (X3) berpengaruh simultan terhadap keputusan (Y) dengan F hitung sebesar  $38,829 > 2,69$  (F- tabel). Hasil Uji koefisien determinasi *R square*, sebesar 0,517 atau 51,7 %. Hal ini berarti bahwa 51,7% variabel Keputusan Pembelian dapat di jelaskan Oleh Variasi dari ketiga Variabel Independen Yaitu Citra Merek, Harga dan *Word Of Mouth*. Sedangkan sisanya 48,3% dijelaskan sebab-sebab lain yang ada diluar variabel penelitian ini.

Kata Kunci : Citra Merek, Harga Dan *Word Of Mouth*

## ABSTRACT

*Ni Wayan Liniawati, 201710325049. Analysis of Brand Image, Price, and Word of Mouth Purchase Decisions on Umami Fruit Salad*

*This study aims to examine how big the influence of Brand Image (X1), Price (X2), and Word Of Mouth (X3) on the Purchase Decision of Umami Fruit Salad. This research is a quantitative research with non - probability sampling method with saturated sample technique . The population in this study is the residents of Rt 003/RW 030. The research sample is 107 people, with the saturated sample technique. This research was conducted using the SPSS version 25 program. The results of the t-test, showed the Brand Image (X1) variable partially T-count  $1.988 > 1.982$  (T-table). The price (X2) is partially obtained from T-count  $3.381 > 1.982$  (T-table). Word Of Mouth (X3) is partially obtained from T-count  $4.540 > 1.982$  (T-table) F test results, indicating that Brand Image (X1), Price (X2), and Word Of Mouth (X3) have a simultaneous effect on decisions (Y) with calculated F of  $38.829 > 2.69$  (F-table). The test results of the coefficient of determination R square, amounting to 0.517 or 51.7%. This means that 51.7% of the purchasing decision variables can be explained by variations of the three independent variables, namely brand image, price and word of mouth. While the remaining 48.3% explained other reasons that exist outside the variables of this study.*

*Keywords: Brand Image, Price, Word Of Mouth on Purchase Decision*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Citra Merek, Harga dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Salad Buah Umami Hanif (Studi Kasus Pada Warga RT 003/ RW 030”.

Terwujudnya skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang telah mendorong dan membimbing penulis, baik tenaga, ide-ide, maupun pemikiran. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Irjen Pol (Purn) Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M. selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Istianingsih, M.S. AK., CA, CSRS., CBV.,CMA.,CACP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Hadita, S.Pd, M.M selaku Kaprodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Andrian, S.E., M.S.M selaku Dosen Pembimbing yang telah menyetujui dan menerima proposal skripsi penulis.
5. Yth Seluruh Bapak/Ibu Dosen Prodi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membimbing dan mengajarkan penulis ilmu-ilmu yang bermanfaat.
6. Terimakasih kepada Keluarga/Kerabat terdekat saya, yang sudah mendukung saya selama skripsi
7. Terimakasih kepada Teman saya untuk Dinda Sherina Darmadi, Rafika Dewinta Hastuti, Syifani Hidayah, dan Gloria Trifena yang selama ini membantu selama proses mengerjakan skripsi sampai selesai.

Bekasi, 14 Juli 2021

Ni Wayan Liniawati

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>ABSTRAK</b> .....	iii
<b>ABSTRACT</b> .....	iv
<b>PERNYATAAN</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xii
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Batasan Masalah.....	4
1.6 Sistematika Masalah.....	5
<b>BAB II</b> .....	6
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	6
2.1 Citra Merek .....	6
2.1.1 Indikator Citra Merek .....	6
2.1.2 Faktor-faktor yang membentuk Citra Merek .....	7
2.1.3 Metode Pengukuran Citra Merek.....	7
2.2 Harga .....	8
2.2.1 Indikator Harga .....	9
2.2.2 Metode Penetapan Harga .....	9
2.2.3 Penetapan Harga .....	10
2.3 <i>Word Of Mouth</i> .....	11
2.3.1 Motivasi dalam melakukan <i>word of mouth</i> .....	11
2.3.2 Menciptakan <i>word of mouth</i> .....	11
2.4 Keputusan Pembelian.....	12
2.4.1 Sistem Keputusan Pembelian.....	12



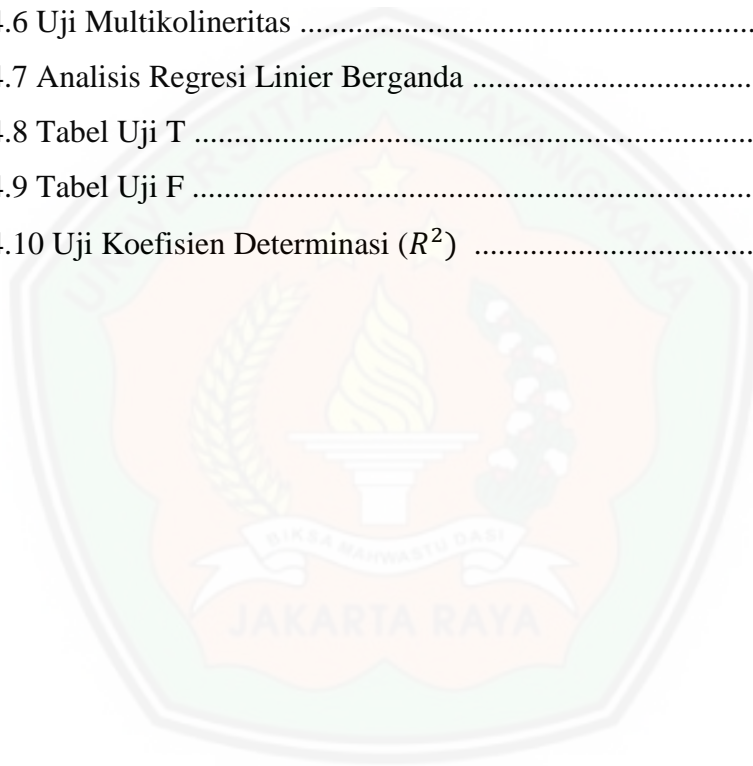
2.4.2	Indikator Keputusan Pembelian .....	12
2.5	Hasil Penelitian Terdahulu .....	13
2.6	Kerangka Berpikir .....	15
2.7	Perkembangan Hipotesis .....	17
<b>BAB III</b>	.....	<b>18</b>
<b>METODE PENELITIAN</b>	.....	<b>18</b>
3.1	Desain Penelitian .....	18
3.2	Tahap Penelitian .....	18
3.3	Model Konseptual .....	19
3.4	Operasionalisasi Variabel Penelitian .....	20
3.5	Waktu dan Tempat Penelitian .....	21
3.5.1.	Waktu Penelitian .....	21
3.5.2.	Tempat Penelitian .....	21
3.6	Metode Pengambilan Populasi Dan Sampel .....	21
3.6.1.	Populasi Penelitian .....	21
3.6.2.	Sampel Penelitian .....	22
3.7	Teknik Pengumpulan Data .....	22
3.8	Metode Analisis Data .....	23
3.8.1	Uji Validitas .....	23
3.8.2	Uji Reliabilitas .....	23
3.9	Uji Asumsi Klasik .....	24
3.9.1	Uji Normalitas .....	24
3.9.2	Uji Multikolinieritas .....	24
3.9.3	Uji Heteroskedastisitas .....	25
3.10	Metode Analisis Regresi Linier .....	25
3.10.1	Analisis Regresi Berganda .....	26
3.11	Uji Hipotesis .....	26
3.11.1	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	26
3.11.2	Uji F .....	27
3.11.3	Uji T (Persial) .....	27
<b>BAB IV</b>	.....	<b>28</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	.....	<b>28</b>
4.1	Gambaran umum Perusahaan .....	28
4.1.1	Sejarah .....	28

4.1.2	Visi.....	28
4.1.3	Misi.....	28
4.2	Hasil Penelitian .....	29
4.2.1	Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner.....	29
4.2.2	Identitas Responden.....	30
4.3	Uji Data .....	31
4.3.1	Uji Validitas .....	31
4.3.2	Uji Reliabilitas .....	32
4.4	Uji Asumsi Klasik .....	32
4.4.1	Uji Normalitas.....	32
4.4.2	Uji Multikolinieritas.....	33
4.4.3	Uji Heteroskedastitas .....	34
4.5	Analisis Regresi Linier Berganda.....	35
4.6	Uji Hipotesis.....	36
4.6.1	Uji T.....	36
4.6.2	Uji F.....	37
4.6.3	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	37
<b>BAB V</b>	.....	<b>38</b>
<b>PENUTUP</b>	.....	<b>38</b>
5.1	Kesimpulan.....	38
5.2	Implikasi Manajerial .....	38
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>40</b>
<b>LAMPIRAN- LAMPIRAN</b>		



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan .....	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	13
Tabel 4.1 Hasil Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner .....	29
Tabel 4.2 Karakteristik Responden dBerdasarkan Usia .....	30
Tabel 4.3 Uji Validitas .....	31
Tabel 4.4 Reliabilitias .....	32
Tabel 4.5 Uji Normalitas .....	32
Tabel 4.6 Uji Multikolineritas .....	33
Tabel 4.7 Analisis Regresi Linier Berganda .....	35
Tabel 4.8 Tabel Uji T .....	36
Tabel 4.9 Tabel Uji F .....	37
Tabel 4.10 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	37



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	16
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas .....	34





## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Uji Plagiarisme Skripsi
- Lampiran 2 Uji Referensi Skripsi
- Lampiran 3 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4 Tabulasi Data Kuesioner
- Lampiran 5 Uji Data
- Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 7 Uji Analisis Regresi Linier Berganda
- Lampiran 8 Uji Hipotesis Data
- Lampiran 9 Tabel F
- Lampiran 10 Tabel T
- Lampiran 11 Bimbingan (Kartu Kuning)
- Lampiran 12 Daftar Riwayat Hidup

