

**PENGARUH MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KRIPIK RASA LOKAL  
(STUDI KASUS KONSUMEN KRIPIK RASA LOKAL DI *EVERYMART*  
BATIK AIR CABANG HALIM PERDANA KUSUMA)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menyelesaikan Program Studi  
Strata Satu (S1) Jurusan Manajemen Pemasaran

Oleh:

**INDAH FITRI ANDRIANI**

**201410325037**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
TAHUN 2018**

**LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBINGAN**

Judul Skripsi : Pengaruh merek dan harga terhadap keputusan pembelian kripik rasa lokal (Studi kasus konsumen Kripik rasa lokal di *Everymart* batik air cabang halim perdana kusuma).

Nama Mahasiswa : Indah Fitri Andriani

Nomor Pokok Mahasiswa : 201410325037

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 20 Juli 2018

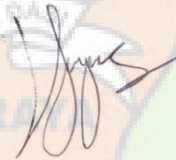
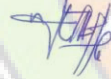
Bekasi, 20 Juli 2018

MENGESAHKAN,

MENGETAHUI,

Pembimbing I

Pembimbing II



Neng Siti Komariah, S.E., M.M

Haryudi Anas, S.E., M.S.M

NIP 0801124

NIP 31503028

**LEMBAR PENGESAHAN**

Judul Skripsi : Pengaruh merek dan harga terhadap keputusan pembelian kripik rasa lokal (Studi kasus konsumen Kripik rasa lokal di *Everymart* batik air cabang halim perdana kusuma).

Nama Mahasiswa : Indah Fitri Andriani

Nomor Pokok Mahasiswa : 201410325037

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 20 Juli 2018



Bekasi, 20 Juli 2018

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : M. Fadhli Nursal, S.E., M.M .....  
NIP 1602212

Penguji I : Neng Siti Komariah, S.E., M.M .....  
NIP 0801124

Penguji II : Dewi Sri Wulandari, S.E., M.Sc .....  
NIP 031806082

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi Manajemen

Dekan Fakultas Ekonomi

M. Fadhli Nursal, S.E., M.M  
NIP. 1602212

Dr. Rorim Panday, M.M., M.T  
NIP. 1508228

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul **Pengaruh merek dan harga terhadap keputusan pembelian kripik rasa lokal (Studi kasus konsumen Kripik rasa lokal di Everymart batik air cabang halim perdana kusuma).**

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumber nya sudah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Bekasi, 20 Juli 2018

Yang membuat pernyataan



Indah Fitriandriani

201410325037

## ABSTRAK

**Indah Fitri Andriani. 201410325037.** Pengaruh merek dan harga terhadap keputusan pembelian kripik rasa lokal (Studi kasus konsumen Kripik rasa lokal di *Everymart* batik air cabang halim perdana kusuma).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh merek dan harga terhadap keputusan pembelian kripik rasa lokal. Variabel bebas pada penelitian ini merek (X1), Harga (X2), Keputusan Pembelian (Y). Jenis penelitian ini adalah studi kasus. Populasi yang diambil yakni seluruh Konsumen Kripik rasa lokal. Menggunakan teknik *Non probability sampling* dengan sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis Regresi linear berganda. Hipotesis diuji menggunakan Uji t. dan Uji F. t hitung sebesar 2.269 untuk merek , untuk harga 2.456. sedangkan hasil F hitung sebesar t tabel sebesar 1,660 Sedangkan hasil F hitung sebesar 6.859 dan tabel F tabel sebesar 3.09.

**Kata Kunci: Merek , harga, dan keputusan pembelian**

## **ABSTRACT**

*Indah Fitri Andriani. 201410325037. Influence of brands and prices on the decision to purchase local flavor chips (case study of local flavor chips at Everymart Batik water branch of the First Halim Kusuma).*

*This study aims to find out how much influence the brand and price on the decision to purchase local flavor chips. The independent variable in this study is brand (X1), Price (X2), Purchase Decision (Y). This type of research is a case study. The population taken is all local flavored chips. Using Non-probable sampling technique with as many as 100 respondents. Data collection techniques using questionnaires. Data analysis techniques using multiple linear regression analysis. The hypothesis was tested using t test. and F. Test t counted 2,269 for the brand, for the price of 2,456. while the results of F arithmetic for t table equal to 1.660 while the result of F arithmetic is 6.859 and the table F table is 3.09*

**Keywords:** *Brand, price, and purchase decision*



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul Pengaruh brand image dan harga terhadap keputusan pembelian kripik rasa lokala (Studi kasus konsumen di Everymart batik air cabang halim perdana kusuma). dengan tepat waktu. Dalam penyusunan Skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, oleh sebab itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Dr Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M, Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak DR. Rorim Panday, M.M., M.T, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Fadhli Nursal, S.E., M.M, Selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Neng Siti Komariah, S.E., M.M, Selaku Dosen Pembimbing I Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
5. Bapak Haryudi Anas, S.E., M.SM, Selaku Dosen Pembimbing II Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
6. Kedua orang tua saya tercinta Bapak Narko dan Ibu Siti Fatimah serta kakak saya Lengga Nuryanti dan Imam Pambudi yang tak pernah berhenti untuk memberikan do'a dan motivasi kepada saya.
7. Sahabat terbaik saya Kiki susanan devi, Vistania alviani, Chika cyintia devi, Nita asri putri, Adini mentari, dan Ayu wulandari, Siti maesaroh, Devi oktaviani yang telah banyak membantu penulis dan memberikan semangat serta selalu bersama suka maupun duka dalam penulisan skripsi ini.
8. Seluruh teman-teman mahasiswa Fakultas Manajemen dan Akuntansi angkatan 2014 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, yang tidak saya

sebutkan satu persatu, terimakasih atas motivasi kalian semua berbagai suka, duka, canda dan tawa.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan Skripsi ini, saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan. Penulis berharap semoga Skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan pengembangan ilmu.

Bekasi, 20 Juli 2018

Penulis

Indah Fitri Andriani

NPM:201410325037





## DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Permasalahan .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
1.5 Batasan Masalah .....	5
1.6 Sistematika penulisan .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
2.1 Pengertian Merek .....	7
2.1.2 Indikator- indikator merek .....	9

xi

2.2 Harga .....	11
2.2.1 Indikator- indikator Harga.....	13
2.3 Keputusan Pembelian.....	13
2.3.1 Model lima tahap proses Pembelian .....	14
2.3.2 Faktor-faktor Keputusan Pembelian Konsumen .....	14
2.3.3 Indikator-indikator Keputusan Pembelian .....	16
2.4 Penelitian Terdahulu .....	16
2.5 Kerangka Berfikir.....	19
2.6 Hipotesis Penelitian.....	19
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>21</b>
3.1 Desain penelitian .....	21
3.2 Definisi Konseptual Penelitian .....	21
3.3 Teknik Pengolahan Data .....	22
3.4 Operasionalisasi Variabel Penelitian .....	23
3.5 Tempat dan waktu penelitian .....	24
3.5.1 Lokasi Penelitian.....	24
3.5.2 Waktu Penelitian .....	25
3.6 Metode Pengambilan Sampel.....	25
3.6.1 Populasi .....	25
3.6.2 Sampel.....	25

3.7 Metode Analisis Data .....	26
3.7.1 Uji Validitas .....	26
3.7.2 Uji Reliabilitas .....	27
3.8 Uji Asumsi Klasik .....	27
3.8.1 Uji Normalitas .....	27
3.8.2 Uji Multikolinearitas .....	28
3.8.3 Uji Heteroskedastisitas .....	28
3.9 Analisis Regresi Linear .....	29
3.9.1 Uji Regresi Linear Berganda .....	29
3.10 Koefisien Determinan .....	29
3.11 Uji Hipotesis .....	30
3.11.1 Uji Parsial (Uji T) .....	30
3.12.2 Uji Signifikan Persamaan F .....	30
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>32</b>
4.1 Profil Perusahaan .....	32
4.1.1 Sejarah Perusahaan .....	32
4.2 Deskripsi Responden .....	33
4.3. Hasil Penelitian .....	36
4.3.1 Penyebar dan Pengumpulan Kuesioner .....	36
4.4. Hasil Analisis Data .....	37

4.4.1 Uji Validitas .....	37
4.4.2 Uji Reliabilitas .....	39
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	40
4.5.1 Uji Normalitas.....	40
4.5.2 Uji Multikolinearitas .....	42
4.5.3 Uji Heteroskedasititas .....	44
4.5.4 Uji Regresi Linear Berganda.....	45
4.5.5 Uji Hipotesis .....	46
4.5.6 Uji T (Pengujian Secara Parsial).....	46
4.5.7 Uji F (Pengujian Secara Simultan) .....	48
4.5.8 Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ ).....	49
4.6 Pembahasan.....	50
4.6.1 Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	51
4.6.2 Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	51
4.6.3 Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	52
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>53</b>
5.1 Kesimpulan .....	53
5.2 Implikasi Manajerial .....	53
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Tabel 1.1 Hasil Penjualan .....	1
Tabel 1.2 Tabel Kategori Penjualan.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	16
Tabel 3.2 Skala Likert .....	23
Tabel 3.3 Operasional Variabel Penelitian.....	24
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	33
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	34
Tabel 4.3 Responden Pendidikan Terakhir .....	36
Tabel 4.4 Proses Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner .....	37
Tabel 4.5 Validitas Merek.....	38
Tabel 4.6 Validitas Harga .....	38
Tabel 4.7 Validitas Keputusan Pembelian .....	39
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	40
Tabel 4.9 Uji Normalitas.....	41
Tabel 4.10 Uji Multikolinearitas.....	43
Tabel 4.11 Uji Regresi Linear Berganda.....	45
Tabel 4.12 Hasil Uji T.....	46

Tabel 4.13 Hasil Uji F.....48

Tabel 4.14 Koefisien Determinansi.....49



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Kerangka Berfikir.....	19
Gambar 3.1 Model Konseptual .....	22
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	34
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	35
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Pendidikan.....	36
Gambar 4.4 Grafik Uji Normalitas.....	42
Gambar 4.5 Scatterplot .....	44





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Penelitian

Lampiran 2 Uji Referensi

Lampiran 3 Kuesioner Penelitian

Lampiran 4 Hasil Kuesioner

Lampiran 5 Hasil Ouput SPSS

Lampiran 6 Tabel R

Lampiran 7 Tabel T

Lampiran 8 Tabel F

Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup

