

**PENGARUH CITRA MEREK DAN INOVASI PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LEMONILO (STUDI
KASUS PADA MAHASISWA/I UNIVERSITAS
BHAYANGKARA JAKARTA RAYA)**

SKRIPSI

**Oleh :
Fiana Hayuning Wulan
201910325204**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2023**

LAMPIRAN 1
UJI PLAGIARISM SKRIPSI
PROGRAM FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek dan Inovasi Produk Terhadap
Keputusan Pembelian Lemonilo (Studi Kasus Pada
Mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2019
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara
Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Fiana Hayuning Wulan

NPM : 201910325204

Program Studi : Manajemen

Similarity Found : 18%

Berdasarkan Hasil Uji Plagiarism yang telah dilakukan dinyatakan bahwa total hasil unique yaitu sebesar 82% dan total uji plagiarisme yaitu sebesar 18%. Syarat terpenuhinya uji plagiarisme yaitu dengan jumlah maksimal 35%. Maka, dapat disimpulkan bahwa hasil uji plagiarism lebih kecil dibandingkan dengan batas maksimal. Dengan demikian maka dapat dinyatakan bahwa pada penelitian ini memenuhi syarat uji plagiasme.

Jakarta, 8 Juni 2023

MENYETUJUI

Pembimbing I


Widi Winarso., S.E. M.M
NIDN: 0319067606

Pembimbing II


Haryudi Anas., S.E. MSM
NIDN: 0317117801

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek dan Inovasi Produk Terhadap
Keputusan Pembelian LEMONILO (Studi Kasus
Pada Mahasiswa/i Universitas Bhayangkara
Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Fiana Hayuning Wulan

Nomor Induk Mahasiswa : 201910325204

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 13 Juli 2023

Jakarta, 24 Juli 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Agus Dharmanto, S.E., M.M
NIDN: 0305087310

Sekretaris Tim Penguji : Dr. Dewi Sri Woelandari, S.E., M.Sc
NIDN: 0303017106

Penguji : Widi Winarso S.E., M.M
NIDN: 0319067606

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

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

Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., MBA
NIDN: 0310036407

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi dengan judul "Pengaruh Citra Merek dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian LEMONILO (Studi Kasus Pada Mahasiswa/I Universitas Bhayangkara Jakarta Raya" ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumber nya telah dituliskan secara jelas 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 Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 24 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,


Fiana Hayuning Wulan
201910325204

ABSTRAK

Fiana Hayuning Wulan 201910325204 Pengaruh Citra Merek dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian LEMONILO (Studi Kasus Pada Mahasiswa/I Universitas Bhayangkara Jakarta Raya).

Penelitian ini Bertujuan untuk mengukur Pengaruh Citra Merek dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian LEMONILO (Studi Kasus Pada Mahasiswa/I Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner. Populasi penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Fakultas Ekonomi & Bisnis Prodi Manajemen Angkatan 2019 yang pernah mengkonsumsi/1LEMONILO dengan sampel 140 orang menggunakan rumus hair. Rancangan yang digunakan dalam penelitian ini menunjukan bahwa (1) Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian; (2) Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian; (3) Citra Merek dan Inovasi Produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian LEMONILO.

Kata Kunci: Citra Merek, Inovasi Produk, dan Keputusan Pembelian



ABSTRACT

Fiana Hayuning Wulan (201910325204) *The Influence of Brand Image and Product Innovation on LEMONILO Purchasing Decisions (Case Study of Students at Bhayangkara University, Jakarta Raya).*

This study aims to measure the effect of brand image and product innovation on LEMONILO purchasing decisions (a case study of students at Bhayangkara University, Jakarta Raya. This study uses a quantitative approach by collecting data through questionnaires. The population of this study is students at Bhayangkara University, Jakarta Raya, Faculty of Economics & Business Management Study Program Class of 2019 who have consumed LEMONILO with a sample of 140 people using the hair formula. The design used in this study shows that (1) Brand Image has a positive and significant effect on Purchase Decisions, (2) Product Innovation has a positive and significant effect on Purchase Decisions (3) Brand Image and Product Innovation simultaneously have a positive and significant effect on LEMONILO Purchasing Decisions.

Keywords: Brand Image, Product Innovation, and Purchase Decision



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan dan kemampuan yang dimiliki tepat pada waktunya, yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Lemonilo (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)”**.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) Program Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Penulis Menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bantuan, bimbingan dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Bambang Karsono, DRS., S.H., M.M. selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B. Sc., MBA. selaku kepala Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayanngkara Jakarta Raya.
3. Ibu Dr. Hadita, S.Pd., MM, selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Dr. Supardi Tahir, ST., MM selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan semangat dan membantu kelancaran dalam proses belajar selama ini. Semoga bapak diberikan Kesehatan dan lindungan dari Allah SWT.
5. Bapak Widi Winarso, S.E., MM selaku Dosen Pembimbing 1 Skripsi saya, Terimakasih atas bimbingan, saran dan semangat yang diberikan kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan semaksimal mungkin. Semoga bapak selalu diberikan kesehatan dan lindungan oleh Allah SWT.

6. Bapak Haryudi Anas, S.E., MSM selaku Dosen Pembimbing II Skripsi saya, Terimakasih atas bimbingan, saran dan semangat yang diberikan kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan semaksimal mungkin. Semoga bapak selalu diberikan kesehatan dan lindungan oleh Allah SWT.
7. Bapak Agus Dharmanto, S.E., M.M dan Ibu Dr. Dewi Sri Woelandari, S.E., M.Sc selaku dosen penguji skripsi saya, Terimakasih atas saran dan masukannya agar skripsi saya dapat selesai dengan baik.
8. Bapak Caturahaji dan Ibu Rohimi selaku orang tua saya, yang sangat saya sayangi dan cintai yang selalu memberikan dukungan berupa do'a, materi, motivasi dan harapan agar saya tetap semangat dalam kuliah dan menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh Dosen serta jajaran staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah selama menjalani masa perkuliahan dan penyusunan skripsi ini,
10. Untuk teman-teman saya, Endang, Aisyah, Via, Cika, Meisya, dan Putri terimakasih sudah berjuang bersama dari kuliah semester 1 hingga semester 8 ini saling menyemangati satu sama lain sehingga kita semua bisa lulus bersama-sama.
11. Untuk sahabat-sahabat saya, Elma, Zahra, Zahara, dan Salmaa terimakasih atas do'a dan *support* satu sama lain agar kita bisa mendapatkan gelar impian kita masing-masing.
12. Muhammad Naufal Adli selaku pacar dan kakak tingkat saya, terimakasih atas dukungan, saran, do'a dan selalu setia menemani dalam pengerjaan skripsi ini.
13. Untuk teman-teman Prodi Manajemen Angkatan 2019, terimakasih yang sudah ikut berpartisipasi untuk mengisi survey penelitian saya.
14. *For the last, thankyou for my self for struggling so far against ego and uncertain moods during the writing of this thesis.*

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah.....	10
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	11
1.5.2 Manfaat Praktis.....	11
1.6 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	14
2.1 Telaah Teoritis.....	14
2.1.1 Citra Merek	14
2.1.1.1 Pengertian Citra Merek	14
2.1.1.2 Karakteristik Citra Merek.....	15
2.1.1.3 Manfaat Citra Merek.....	15
2.1.1.4 Indikator Citra Merek.....	16
2.2.2 Inovasi Produk.....	16
2.2.2.1 Pengertian Inovasi Produk	16
2.2.2.2 Indikator Inovasi Produk.....	17

2.2.2.3	Macam-Macam Inovasi	18
2.2.3	Keputusan Pembelian.....	18
2.2.3.1	Pengertian Keputusan Pembelian.....	18
2.3.3.2	Proses Keputusan Pembelian	19
2.3.3.3	Faktor Penentu Pengambilan Keputusan Pembelian.....	19
2.3.3.4	Peranan Keputusan Pembelian	20
2.3.3.5	Indikator Keputusan Pembelian	20
2.2	Telaah Empiris	22
2.2.1	Yoeliastuti, Evalina Darlin & Eko Sugianto (Tahun 2021)	22
2.2.2	Sinta Maryana & Berlitina Permatasari (Tahun 2021)	22
2.2.3	Siska Dwi Rachmawati & Anik Lestari Andjarwati (Tahun 2020)	23
2.2.4	Nadhril Adabi (Tahun 2020).....	23
2.2.5	Anugrah Dachi (Tahun 2020)	24
2.2.6	Iis Miati (Tahun 2020)	24
2.2.7	Diah Ernawati (Tahun 2019).....	25
2.2.8	Amalia Almira & JE Sutanto (Tahun 2018)	25
2.2.9	Dian Wahyu Pratama & Suryono Budi Santoso (Tahun 2018)	25
2.2.10	Amron Amron (Tahun 2018)	26
2.3	Kerangka Konseptual	31
2.4	Hipotesis Penelitian.....	31
2.4.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	31
2.4.2	Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian	32
BAB III METODE PENELITIAN		34
3.1	Desain Penelitian	34
3.2	Tahapan Penelitian	34
3.3	Operasional Variabel.....	35
3.3.1	Variabel <i>Independent</i> (X1 dan X2).....	35
3.3.2	Variabel <i>Dependent</i> (Y).....	35
3.4	Waktu dan Tempat penelitian	36
3.4.1	Waktu Penelitian	36
3.4.2	Tempat Penelitian	36
3.5	Metode Pengambilan Sampel dan Populasi	37

3.5.1 Populasi Penelitian	37
3.5.2 Sampel Penelitian.....	37
3.6 Teknik Pengumpulan Data	38
3.7 Jenis Sumber Data.....	38
3.8 Metode Analisis Data	39
3.8.1 Uji Validitas	39
3.8.2 Uji reliabilitas.....	39
3.9 Uji asumsi klasik	39
3.9.1 Uji normalitas.....	39
3.9.2 Uji multikolinieritas	40
3.9.3 Uji heteroskedastisitas	40
3.9.4 Uji regresi berganda.....	40
3.10 Uji hipotesis.....	41
3.10.1 Uji parsial (uji t)	41
3.10.2 Uji simultan (uji f)	41
3.10.3 Koefisien determinasi (R^2)	41
BAB IV.....	43
HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Gambaran Umum Lemonilo.....	43
4.1.1 Profil Perusahaan Lemonilo.....	43
4.1.2 Manfaat Lemonilo.....	44
4.1.3 Visi dan Misi Lemonilo	45
4.2 Deskripsi Data	45
4.2.1 Identitas Responden.....	45
4.3 Hasil Analisis Data.....	48
4.3.1 Uji Validitas	48
4.3.2 Uji Reliabilitas	50
4.4 Uji Asumsi Klasik	50
4.4.1 Uji Normalitas.....	50
4.4.2 Uji Multikolinearitas	53
4.4.3 Uji Heterokedastisitas	53

4.6 Analisis Regresi Linier Berganda	54
4.7 Uji Hipotesis.....	56
4.7.1 Uji t	56
4.7.2 Uji f	57
4.7.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	58
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian	58
4.8.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	58
4.8.2 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian	59
4.8.3 Pengaruh Citra Merek dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	59
BAB V.....	61
PENUTUP.....	61
5.1 Kesimpulan.....	61
5.2 Implikasi Manajerial	61
5.3 Saran.....	62
5.4 Keterbatasan Peneliti.....	63
REFERENSI.....	64

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	23
Tabel 3.2 Skala Likert.....	33
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas.....	42
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	44
Tabel 4.3 Uji Normalitas.....	45
Tabel 4.4 Uji Multikolineritas.....	46
Tabel 4.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	48
Tabel 4.6 Hasil Uji t.....	50
Tabel 4.7 Hasil Uji f.....	51
Tabel 4.8 Hasil Uji R ²	51



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik mie instant yang sering dikonsumsi di Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Total Pendapatan Penjualan Pendapatan Penjualan Mie Instant Merek Lemonilo Di E-Commerce Indonesia (Januari-Agustus 2022).....	3
Gambar 1.3 Produk Mie Instant Lemonilo.....	5
Gambar 1.4 Gambar Produk Bumbu Dapur Lemonilo.....	5
Gambar 1.5 Produk Bumbu Dapur Lemonilo.....	6
Gambar 1.6 Produk Minyak Lemonilo.....	6
Gambar 1.7 Produk Camilan Lemonilo.....	7
Gambar 1.8 Produk Camilan Lemonilo.....	7
Gambar 1.9 Produk Camilan Lemonilo.....	8
Gambar 1.10 Produk Minuman Lemonilo.....	8
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	26
Gambar 4.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Gambar 4.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	40
Gambar 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Pernah Mengonsumsi Lemonilo.....	41
Gambar 4.4 Histogram Uji Normalitas.....	45
Gambar 4.5 Diagram P-Plot Uji Normalitas.....	46
Gambar 4.6 Uji Heterokedastisitas.....	47

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 UJI PLAGIARISM SKRIPSI	70
LAMPIRAN 2 UJI REFERENSI SKRIPSI	72
LAMPIRAN 3 KUESIONER	77
LAMPIRAN 4 HASIL TABULASI DATA KUESIONER	81
LAMPIRAN 5 OUTPUT SPSS	92

