

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN INDUSTRI CAT PELAPIS ANTI BOCOR
MEREK NODROP PADA PT TIRTA KENCANA TATAWARNA**

SKRIPSI

**Oleh :
HERA SUTRISNO
201410325157**



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

2018

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi
Terhadap Keputusan Pembelian Industri
Cat Pelapis Anti Bocor Merek No Drop
pada PT. Tirtakencana Tatawarna

Nama Mahasiswa : Hera Sutrisno

Nomor Pokok Mahasiswa : 201410325157

Program Studi/Fakultas : Manajemen/ Ekonomi



Budi Indrawati. S.E..M.M.

NIP : 1103156

Don Haidy Abel. S.T.MBA&E

NIP : 031611058

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi
Terhadap Keputusan Pembelian Industri
Cat Pelapis Anti Bocor Merek No Drop
pada PT. Tirtakencana Tatawarna

Nama Mahasiswa : Hera Sutrisno

Nomor Pokok Mahasiswa : 201410325157

Program Studi/ Fakultas : Manajemen / Ekonomi

Tanggal Lulus Uji Skripsi : 18 Juli 2018

Bekasi, 18 Juli 2018

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Anton Wachidin Widjaja, SE. MM

NIP : 0311116501

Penguji I : Budi Indrawati, SE. MM

NIP : 1103156

Penguji II : Harvudi Anas, SE. M.S.M

NIP : 031503128

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen



M. Fadli Nursal SE. MM

NIP : 1602212

Dekan
Fakultas Ekonomi



Dr. Rorim Panday MM. MT

NIP : 1508228

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul : Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Industri Cat Pelapis Anti Bocor Merek No Drop pada PT. Tirtakencana Tatawarna.

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian 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, 29 Juni 2018

Yang membuat pernyataan,



Hera Sutrisno

NPM. 201410325157

ABSTRAK

Hera Sutrisno 201410325157. Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Industri Cat Pelapis Anti Bocor Merek NoDrop pada PT. Tirtakencana Tatawarna.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah keputusan pembelian industri dalam membeli produk Cat Pelapis Anti Bocor Merek NoDrop merupakan suatu rangkaian proses yang dapat dipengaruhi oleh persepsi konsumen industri terhadap rangsangan perusahaan melalui citra merek, harga dan promosi. Dalam penelitian ini variabel yang diteliti adalah keputusan pembelian industri sebagai variabel dependen dan citra merek, harga dan promosi sebagai variabel independen. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen industri yang telah melakukan pembelian Cat Pelapis Anti Bocor Merek No Drop. Jumlah sampel yang diambil adalah jumlah keseluruhan populasi itu sendiri yaitu jumlah toko bangunan yang teregister sebagai konsumen industri dari PT. Tirtakencana Tatawarna yang membeli produk Cat Pelapis Anti Bocor Merek No Drop. Sampel dalam penelitian ini diambil sebanyak 90 responden, dengan pertimbangan bahwa jumlah tersebut diharapkan sudah dapat mewakili sebagai sampel penelitian. Metode yang digunakan untuk menguji pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian industri adalah metode kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda melalui program SPSS v.22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara bersama-sama citra merek, harga, promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian industri. berdasarkan uji t (parsial), variabel harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel citra merek dan promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian industri

Kata Kunci: Citra Merek, Harga dan Promosi

ABSTRACT

Hera Sutrisno 201410325157. *The impact of a Brand Image, Price and promotion for the industrial purchasing decision water proofing paint brand NoDrop on PT. Tirtakencana Tatawarna.*

This reaserch means to find out whether the industrial purchasing decision for buying a product of a water proofing brand NoDrop is a step of process which can aftered by the consumen of industries preseption from company's stimulant trough the brand image effect, price and promotion itself. In this research, the variables studied are industrial purchasing decision as a dependent variable, brand image, price and promotion as a independent variable. In this research the population is a all of the consumen of industries who has made a purchase of water proofing brand NoDrop. The number of samples taken is the total number of the populatin itself, that is the number of material stores registered in PT. Tirtakencana Tatawarna who has made a purchase of water proofing. Samples in this study were taken as many 90 respondent, with the consideration that the amount is expected to be representative of the research samples. Method used to test the impact of brand image, price and promotion on industries purchasing decision with quantitative method with multiple linear regression analysis through SPSS v.22 program. The results showed that the quality of brand image, price and promotion positive and significant impact on industrial purchacing decisions. Based on the significance test, variable price has the greatest significance influence on purchasing decisions, while the brand image and promotion variables have no impact on industrial purchasing decision.

Keywords: *Brand Image, Price and Promotion*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi tepat waktu, dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Industri Cat Pelapis Anti Bocor Merek No Drop “.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak skripsi ini tidak dapat tersusun. Oleh karena itu penulis sampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Irjen. Pol. Drs. H. Bambang Karsono, SH, MM, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Rorim Panday MM, MT selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak M. Fadhli Nursal SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Budi Indrawati S.E, MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, saran dan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Don Haidy Abel S.T, MBA&E selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran dan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak/ Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
7. Orang tua dan istri tercinta yang telah memberi dukungan dan motivasi penuh selama ini serta selalu memberi semangat serta doa.
8. Semua pihak yang tidak penulis sebutkan satu persatu dalam membantu penyusunan skripsi ini.

Semoga segala kebaikan Bapak/ Ibu dan Rekan-rekan semua mendapatkan balasan dari Allah S.W.T. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk semua pihak.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
LEBAR PERSEMBAHAN.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Batasan Masalah	5
1.6 Sistematika Penulisan	6
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Konsep Pemasaran.....	7
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	8

2.1.3	Bauran Pemasaran.....	9
2.1.4	Citra Merek	14
2.1.5	Harga.....	16
2.1.6	Promosi	19
2.1.7	Keputusan Pembelian Industri	21
2.2	Penelitian Terdahulu.....	23
2.3	Kerangka Berfikir	25
2.3.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Industri	26
2.3.2	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Industri	26
2.3.3	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Industri	27
2.3.4	Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Industri.....	28
2.4	Hipotesis	29
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	Desain Penelitian	30
3.2	Tahapan Penelitian.....	30
3.3	Model Konseptual.....	31
3.4	Definisi Operasional Variabel	31
3.5	Waktu dan Tempat Penelitian.....	33
3.5.1	Waktu Penelitian.....	33
3.5.2	Tempat Penelitian	33

3.6	Jenis dan Sumber Data.....	34
3.6.1	Jenis Data.....	34
3.6.2	Sumber Data	34
3.7	Populasi dan Sampel.....	34
3.7.1	Populasi.....	34
3.7.2	Sampel	34
3.8	Teknik Pengumpulan Data	35
3.8.1	Kuisisioner.....	35
3.9	Metode Analisis Data	36
3.9.1	Analisis Deskriptif	36
3.9.2	Analisis Statistik	37
3.9.2.1	Uji Validitas.....	37
3.9.2.2	Uji Reliabilitas.....	37
3.9.3	Uji Asumsi Klasik.....	39
3.9.3.1	Uji Normalitas	39
3.9.3.2	Uji Multikolinieritas	39
3.9.3.3	Uji Heteroskedastisitas	40
3.9.3.4	Uji Autokorelasi.....	40
3.9.4	Analisis Regresi Linier Berganda	40
3.9.4.1	Koefisien Regresi.....	41
3.9.4.2	Koefisien Determinasi	42
3.9.5	Uji Hipotesis	42
3.9.5.1	Uji t.....	42
3.9.5.2	Uji F.....	42

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1	Profil Perusahaan	43
4.1.1	Sejarah Singkat PT. Tirtakencana Tatawarna.....	43
4.1.2	Visi dan Misi.....	44
4.1.3	Struktur Organisasi PT. Tirtakencana Tatawarna.....	44
4.2	Hasil Analisis Data	45
4.2.1	Analisis Deskriptif	45
4.2.1.1	Penyebaran Kuisisioner.....	45
4.2.1.2	Karakteristik Responden.....	45
4.2.1.3	Karakteristik Omset Perbulan.....	46
4.2.1.4	Karakteristik Lama Usaha	47
4.2.2	Analisis Statistik	48
4.2.2.1	Uji Validitas.....	48
4.2.2.2	Uji Reliabilitas.....	50
4.2.2.3	Uji Asumsi Klasik	51
4.2.2.3.1	Uji Normalitas.....	51
4.2.2.3.2	Uji Multikolinieritas.....	52
4.2.2.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	53
4.2.2.3.4	Uji Autokorelasi	54
4.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	55
4.3.1	Koefisien Regresi.....	56
4.3.2	Koefisien Determinasi	57
4.4	Uji Hipotesis	58
4.4.1	Uji t	58
4.4.2	Uji F	61

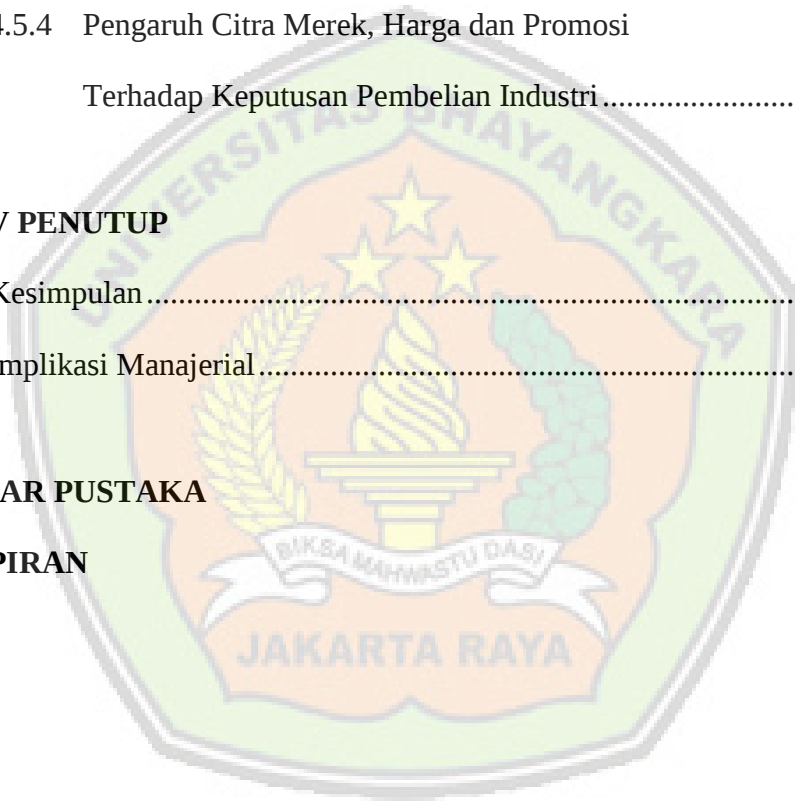
4.5	Pembahasan	61
4.5.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Industri	61
4.5.2	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Industri	62
4.5.3	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Industri	62
4.5.4	Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Industri.....	63

BAB V PENUTUP

5.1	Kesimpulan.....	65
5.2	Implikasi Manajerial.....	66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Komponen 4P dari Bauran Pemasaran	14
Gambar 2.2	Kerangka Berfikir	29
Gambar 3.1	Model Konseptual	31
Gambar 4.1	Struktur Organisasi PT. Tirtakencana Tatawarna	44
Gambar4.2	Berdasarkan Omset Perbulan.	46
Gambar 4.3	Berdasarkan Lama Usaha.	47
Gambar 4.4	Output Uji Normalitas	52
Gambar 4.5	Hasil Uji Heteroskedastisitas	54



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Surat Riset untuk Perusahaan.....	1
Surat Balasan dari Perusahaan	2
Kuesioner	3
Hasil Penelitian	7
Tabulasi	15



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Harga NoDrop Periode 2018 PT. Tirtakencana Tatawarna.....	3
Tabel 3.1	Pengukuran Variabel	36
Tabel 4.1	Data Hasil Penyebaran Kuisioner.....	45
Tabel 4.2	Berdasarkan Omset Perbulan	46
Tabel 4.3	Berdasarkan Lama Usaha	47
Tabel 4.4	Uji Validitas Citra Merek	48
Tabel 4.5	Uji Validitas Harga.....	49
Tabel 4.6	Uji Validitas Promosi	49
Tabel 4.7	Uji Validitas Keputusan Pembelian Industri	50
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 4.9	Hasil Uji Normalitas.....	51
Tabel 4.10	Hasil Uji Multikolonieritas.....	53
Tabel 4.11	Hasil Uji Autokorelasi.....	54
Tabel 4.12	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	56
Tabel 4.13	Hasil Koefisien Determinasi.....	57
Tabel 4.14	Hasil Uji t Citra Merek	58
Tabel 4.15	Hasil Uji t Harga.....	59
Tabel 4.16	Hasil Uji t Promosi	60
Tabel 4.17	Hasil Uji F	61