

**PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
KOPI MEREK FA MASA BAJAWA**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen**



OLEH

MARIO GREGORIUS LASA
NIM: 32113046

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA
KUPANG
2019**

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOPI
MEREK FA MASA BAJAWA

Yang diajukan oleh:

Nama : MARIO GREGORIUS LASA
No.Regis : 32113046
Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : PEMASARAN

Telah disetujui oleh tim pembimbing Fakultas Ekonomika Dan Bisnis
Universitas Katolik Widya Mandira Kupang Dan Telah Diujikan

Pembimbing I

Pembimbing II


Dra. Sukanti, MM
NIDN: 0817125501


Rosadlima Tisu, SE, MM
NIDN: 0825078305

Kupang.....

Ketua Program Studi Manajemen



Rosadlima Tisu, SE, MM
NIDN: 0825078305

LEMBAR PERSETUJUAN

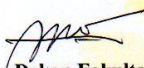
Skripsi ini telah disetujui dan diterima dengan baik oleh Panitia Ujian Skripsi pada Program Studi Manajemen Keuangan, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang. Yang diselenggarakan pada:

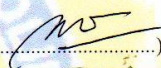
Hari / Tanggal : Sabtu, 7 Desember 2019
Jam : 10.00 – 11.00 Wita
Tempat : Ruang B116
Atas Nama : Mario Gregorius Lasa
Nomor Registrasi : 32113046
Dinyatakan : **LULUS**

PANITIA PENGUJI SIKRIPSI

1. Ketua : Dra. Sukanti, MM (.....)
2. Sekretaris : Rosadalima Tisu, SE, MM (.....)
3. Penguji I : Drs. Ec. Sabinus Hatul, MM (.....)
4. Penguji II : Dr. Henny A. Manafe, SE, MM (.....)
5. Penguji III : Dra. Sukanti, MM (.....)

MENGETAHUI


Dekan Fakultas
Ekonomika dan Bisnis


Ketua Program Studi Manajemen



Jou Sewa Adrianus, SE, MM
NIDN : 0809055901



Rosadalima Tisu, SE, MM
NIDN : 0825078305

MOTTO

“Kegagalan Itu Selangkah Dari Keberhasilan”

PERSEMBAHAN

Karya ini penulis mempersembahkan kepada :

- 1. Bapak Ignasius Lasa dan Mama Theresia Sumbung yang sangat saya hormati yang telah membesarkan dan mendukung penulis dalam doa restu dan dorongan moril yang tak ternilai sampai menyelesaikan studi.*
- 2. Adik Kelvinar Djanga Lasa yang sudah memberikan motivasi.*

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa Karena atas rahmatnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Skripsi dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian produk Kopi Merek Fa Masa Bajawa “ diajukan guna memenuhi syarat lulus pendidikan Strata 1 (S1) Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Prodi Manajemen Konsentrasi Sumber Daya Manusia Universitas Katolik Widya Mandira.

Dengan selesainya penyusunan tugas akhir ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Pater Rektor Universitas Katolik Widya Mandira Kupang beserta staf yang telah memberikan kesempatan pada penulis untuk melanjutkan studi di Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira.
2. Dekan dan Wakil Dekan Fakultas Ekonomika Dan Bisnis yang bekerja sama untuk membantu penulis dalam menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomika Dan Bisnis
3. Ibu Ketua Program Studi dan Ibu Sekretaris Program Studi Manajemen dengan ketulusan dan keikhlasan telah membimbing dan membantu penyelesaian tugas akhir ini.
4. Ibu Dra. Sukanti. MM, selaku pembimbing I, Ketua panitia ujian skripsi dan penguji III, atas bimbingan dan motivasi selama proses bimbingan skripsi.

5. Ibu Rosadalima Tisu,SE, MM, selaku pembimbing II, dan sekretaris penguji ujian skripsi atas bimbingan, motivasi dan dukungan selama proses penulisan skripsi.
6. Drs. Ec. Sabinus Hantul, MM selaku penguji I, yang telah memberi ujian dan nilai kepada penulis.
7. Dr. Henny A Manafe, SE,MM ,sebagai penguji II, yang telah menguji dan memberi nilai kepada penulis.
8. Bapak Ibu dosen yang telah mengajar dan membimbingpenulis sehingga selesai tugas akhir ini.
9. Pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah melayani proses perkuliahan saya.
10. Orang tua Bapak Ignasius Lasa dan Mama Theresia Sumbung yang slalu membatu memberikan dukungan semangat,doa,spiritual dan materi.
11. Semua pihak yang terlibat dalam penulisan skripsi saya.

Akhir kata penulis menyadari bahwa dengan keterbatasan dan segala kekurangan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu dibutuhkan kritik dan saran yang bersifat membangun guna menyempurnakan tulisan ini.

Kupang, November 2019

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBARAN JUDUL.....	i
LEMBARAN PENGESAHAN	ii
MOTTO.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
ABSTRAK.....	viii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN TEORITIS.....	8
A. Pengertian Pemasaran.....	8
B. Perilaku Konsumen.....	8
C. Keputusan Pembelian.....	10
D. Citra dan Merek.....	12
E. Harga.....	15
F. promosi.....	17
G. Penelitian Terdahulu.....	19
H. Kerangka Berpikir.....	20
I. Hipotesis Penelitia.....	22

BAB III METODE PENELITIAN.....	24
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	24
B. Populasi dan Sampel.....	24
C. Jenis Data.....	25
D. Teknik Pengumpulan Data.....	26
E. Variable Penelitian, Defenisi Operasional, Indikator dan Skala pengukuran.....	27
F. Uji Instrumen.....	28
G. Teknik Analisis Data.....	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
A. Karakteristik Responden.....	39
B. Hasil Uji Coba Instrumen Penelitian	41
C. Analisis Data.....	45
D. Pembahasan.....	59
BAB V PENUTUP	63
A. Kesimpulan	63
B. Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN.....	67

DAFTAR TABEL

	Halaman
Table 1.1 Hasil Penjualan Produk Kopi KSU Fa Masa Tahun 2014-2018.....	4
Tabel 1.2 Perbandingan Harga Kopi.....	5
Tabel 3.1 Variabel, Definisi Operasional, Indikator.....	27
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	40
Tabel 4.4 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Citra Merek (X1).....	42
Tabel 4.5 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Citra Merek (X1).....	42
Tabel 4.6 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Harga (X2).....	42
Tabel 4.7 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Promosi (X3).....	43
Tabel 4.8 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Keputusan Pembeli (Y).....	44
Tabel 4.9 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas.....	45
Tabel 4.10 Kategori Gambaran Citra Merek (X1).....	46
Tabel 4.11 Kategori Gambaran Harga (X2).....	47
Tabel 4.12 Kategori Gambaran Promosi (X3).....	48
Tabel 4.13 Kategori Gambaran Keputusan Pembeli(Y).....	49
Tabel 4.14 Uji Linearitas.....	52
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	52
Tabel 4.16 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	54
Tabel 4.17 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	56
Tabel 4.18 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	58
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	59

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Gambar Kerangka Berpikir.....	21
Gambar 4.1 Grafik Histogram Uji Normalitas.....	50
Gambar 4.2 P-Plot Uji Normalitas.....	51
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas	53

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Surat Permohonan Izin Penelitian	64
Lampiran 2 Surat Keterangan Selesai Penelitian.....	65
Lampiran 3 kuisisioner	70
Lampiran 4 Tabulasi data hasil penelitia.....	73
Lampiran 5 Hasil Uji Analisis Data	77

ABSTRAK

Mario Gregorius Lasa (13046) dengan judul penelitian “Pengaruh Citra Merek, Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian produk kopi merek Fa Massa Bajawa”, di bawah bimbingan Ibu Dra. Sukanti. MM sebagai pembimbing I dan Ibu Rosadalima Tisu.SE,MM sebagai pembimbing II.

Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana persepsi konsumen tentang citra merek, promosi dan harga dan gambaran keputusan pembelian produk Kopi Fa Masa. Apakah citra merek, promosi dan harga secara stimulant berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kopi FaMasa. Apakah citra merek, promosi dan harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kopi Fa Masa. Tujuan penelitian ini adalah : 1) Untuk mengetahui persepsi konsumen tentang citra merek promosi, harga, dan keputusan pembelian produk kopi merek FaMasa. 2) Untuk mengetahui signifikansi pengaruh merek, promosi, dan harga secara parsial terhadap keputusan pembelian produk kopi merek Fa Masa. 3) Untuk mengetahui signifikansi pengaruh merek, promosi, dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian produk kopi merek FaMasa.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis diketahui bahwa analisis deskriptif memberikan gambaran rata-rata skor untuk persepsi (Ps-p) variable citra merek 78,4, harga sebesar 80,15, promosi sebesar 78,8, dan keputusan pembelian sebesar 81,9, hasil ini dikategorikan baik. Hasil uji menunjukkan bahwa variable citra merek, harga dan promosi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil uji F menunjukkan bahwa variable citra merek, harga dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kopi Fa Masa. Koefisien determinasi sebesar 0,532 ini berarti 53,2% variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variable citra merek, harga dan promosi, sedangkan 46,8% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Citra Merek, Harga, Promosi, dan Keputusan Pembelian.