

**ANALISIS PENGARUH CITRA DIRI VINCENT DESTA, PERSEPSI
HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

MERCHANDISE VINDES STORE

TUGAS AKHIR

FIRMAN ALIK MAULANA

203402516065



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2024**

**ANALISIS PENGARUH CITRA DIRI VINCENT DESTA, PERSEPSI
HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
*MERCHANDISE VINDES STORE***

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Oleh:

FIRMAN ALIK MAULANA

203402516065



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2024**

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebesar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul:

ANALISIS PENGARUH CITRA DIRI VINCENT DESTA, PERSEPSI HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

MERCHANDISE VINDES STORE

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan dalam sumbernya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Jika didalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Jakarta, 19 Februari 2024



Firman Alik Maulana

NPM: 203402516065

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **ANALISIS PENGARUH CITRA DIRI VINCENT DESTA, PERSEPSI HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MERCHANDISE VINDES STORE**

Nama Mahasiswa : **FIRMAN ALIK MAULANA**

Nomor Pokok : **203402516065**

Program Studi : **MANAJEMEN**

Menyetujui,

Pembimbing Tugas Akhir,



(Dr. Andini Nurwulandari, S.E., M.M.)

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



(Restu Hardini, S.E., M.Si.)

Jakarta: *8 Maret 2024*.

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH CITRA DIRI VINCENT DESTA, PERSEPSI HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *MERCHANDISE VINDES STORE*

Oleh:

Firman Alik Maulana

NPM: 203402516065

Tugas Akhir, dibawah bimbingan Dr. Andini Nurwulandari, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Citra Diri Vincent Desta, Persepsi Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian *Merchandise Vindes Store*. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh dari kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden yang pernah melakukan pembelian *Merchandise Vindes Store*. Teknik analisis data dalam penelitian menggunakan analisis inferensial dan regresi linear berganda, dibantu dengan alat hitung statistik program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 26. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini didapatkan dari hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel independen Citra Diri Vincent Desta (CVD), Persepsi Harga (PH), dan Promosi (PR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian (KP). Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan dan pertimbangan yang bermanfaat bagi *Vindes Store* untuk mempelajari, menganalisis Citra Diri Vincent Desta, Persepsi Harga, dan Promosi yang dapat meningkatkan penjualan.

Kata Kunci: Citra Diri, Vincent, Desta, Persepsi Harga, Promosi, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF VINCENT DESTA SELF-IMAGE, PERCEPTION PRICES, AND PROMOTIONS TO THE DECISION PURCHASE OF MERCHANDISE VINDES STORE

By:

Firman Alik Maulana

NPM: 203402516065

Thesis, under guidance Dr. Andini Nurwulandari, S.E., M.M

This study aims to analyze the influence of Vincent Desta's self-image, price perception and promotion on purchasing decisions for Vindes Store Merchandise.

The data used in this research is primary data obtained from a questionnaire distributed to 100 respondents who had purchased Vindes Store Merchandise. The data analysis technique in the research uses inferential analysis and linear multiple regression, assisted by the statistical calculation tool of the Statistical Product and Service Solution (SPSS) version 26 program. The results obtained in this research were obtained from the results of the linear multiple regression analysis showing that the independent variable Vincent Desta's self-image (CVD), Price Perception (PH), and Promotion (PR) have a positive and significant effect on the dependent variable Purchasing Decision (KP). It is hoped that the results of this research can be used as useful input and considerations for Vindes Store to study, analyze Vincent Desta's self-image, price perception and promotions which can increase sales.

Keywords: *Self Image, Vincent, Desta, Price Perception, Promotion, and Purchasing Decision.*

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

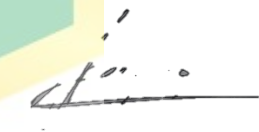
A. Biodata

1. Nama : Firman Alik Maulana
2. Tempat, tanggal lahir : Pekalongan, 10 Mei 2002
3. Jenis Kelamin : Laki-laki
4. Alamat : Desa Kaliboja, Paninggaran, Pekalongan
5. No. Handphone : +62822-2731-1747
6. Status : Belum Menikah
7. Agama : Islam
8. Kewarganegaraan : Indonesia
9. Email : firmanalikmaulana@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. 2007 – 2008 : RA AL-GHIFARI
2. 2008 – 2014 : SD N 01 KALIBOJA
3. 2014 – 2017 : SMP N 01 PANINGGARAN
4. 2017 – 2020 : SMA N 01 PANINGGARAN
5. 2020 – 2024 : UNIVERSITAS NASIONAL

Jakarta, 19 Februari 2024



Firman Alik Maulana
NPM: 203402516065

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Puji Syukur kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini yang berjudul “Analisis Pengaruh Citra Diri Vincent Desta, Persepsi Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian *Merchandise Vindes Store*” dengan baik. Penulisan tugas akhir ini bertujuan sebagai pemenuhan salah satu syarat dalam mencapai Studi Program Sarjana (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.

Dalam proses penyelesaian tugas akhir tentunya penulis mengalami hambatan baik secara teknik maupun yang lainnya. Namun karena dorongan motivasi, dukungan, bantuan serta semangat dari berbagai pihak maka setiap permasalahan dan hambatan dapat dilalui dan diselesaikan dengan lebih baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan kerendahan hati, rasa kasih sayang dan rasa hormat, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Prof. Kumba Digidowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M, selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Ibu Dr. Andini Nurwulandari, S.E., M.M, selaku dosen pembimbing saya yang saya hormati, telah bersedia membantu menyempurnakan kekurangan, memberikan Solusi, dan juga memberikan arahan kepada penulis sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
6. Ibu Dr. Andini Nurwulandari, S.E., M.M, selaku dosen pembimbing saya yang saya hormati, telah bersedia membantu menyempurnakan kekurangan, memberikan Solusi, dan juga memberikan arahan kepada penulis sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.

7. Ibu Atsari Sujud, S.E., M.M, selaku dosen pembimbing akademik saya yang senantiasa bersedia membantu setaiap hambatan dan memberikan viiiolusi serta memberikan masukan selama proses belajar.
8. Seluruh Dosen Universitas Nasional terlebih Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, telah memberikan ilmu yang teramat berharga dunia dan akhirat.
9. Seluruh Staff dan Pengurus Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional, yang telah membantu dan mengarahkan setiap kegiatan di Universitas.
10. Kedua Orang Tua (Bapak Abdullah dan Ibu Lutfiah) yang saya sayangi, telah mendukung saya, memberikan do'a, semangat, dukungan dan tenaganya, berkat kedua orang tua penulis bisa sampai di titik ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini jauh dari kata sempurna, hal ini karena keterbatasan ilmu pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh sebab itu, penulis mengharap motivasi serta kritik yang membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi setiap orang yang membacanya.

Wassalammu'alaikum Warahmatullahi Wa Barakatuh.

Jakarta, 19 Februari 2024



Firman Alik Maulana
NPM:203402516065

DAFTAR ISI

COVER LUAR	
COVER DALAM	
LEMBAR PERNYATAAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian.....	7
1. Tujuan Penelitian	7
2. Kegunaan Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Manajemen Pemasaran	9
1. Pengertian Pemasaran	9
2. Pengertian Manajemen Pemasaran	9
3. Konsep Pemasaran.....	10
4. Tujuan Pemasaran.....	11
5. Tujuan Manajemen Pemasaran.....	12
B. Keputusan Pembelian.....	13
1. Pengertian Keputusan Pembelian	13
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.....	13
3. Indikator Keputusan Pembelian	14

C.	Citra Diri	14
1.	Pengertian Citra Diri.....	14
2.	Faktor-Faktor yang mempengaruhi Citra Diri.....	15
3.	Indikator Citra Diri	16
D.	Persepsi Harga	16
1.	Pengertian Persepsi Harga.....	16
2.	Faktor-Faktor yang mempengaruhi Persepsi Harga	17
3.	Indikator Persepsi Harga	17
E.	Promosi.....	18
1.	Pengertian Promosi.....	18
2.	Faktor-Faktor yang mempengaruhi Promosi.....	19
3.	Indikator Promosi	19
F.	Keterkaitan Antar Variabel	20
1.	Pengaruh Citra Diri Vincent Desta Terhadap keputusan Pembelian	20
2.	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	20
3.	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	21
G.	Hasil Penelitian yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian.....	21
H.	Kerangka Analisis	27
I.	Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN		29
A.	Objek Penelitian	29
B.	Data Penelitian.....	29
1.	Sumber Data dan Jenis Data.....	29
2.	Populasi dan Sampel	29
3.	Teknik dan Alat Pengumpulan Data	30
C.	Definisi Operasional Variabel.....	31
D.	Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	33
1.	Metode Analisis	33
2.	Uji Validitas Data.....	34
3.	Uji Asumsi Klasik.....	34

4. Uji Regresi Linear Berganda	35
5. Uji Kelayakan Model.....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
A. Hasil Penelitian.....	38
1. Deskripsi Data Penelitian.....	38
2. Karakteristik Responden	38
3. Analisis Deskriptif.....	42
B. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian	46
1. Uji Instrumen Data	46
2. Uji Asumsi Klasik.....	51
3. Analisis Regresi Linear Berganda	54
4. Uji Kelayakan Model.....	57
C. Pembahasan.....	60
1. Pengaruh Citra Diri Vincent Desta terhadap Keputusan Pembelian	60
2. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	61
3. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	63
A. Kesimpulan.....	63
B. SARAN	63
DAFTAR PUSTAKA.....	65



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Pra Survey	4
Tabel 2. 1 Rujukan Penelitian.....	21
Tabel 3. 1 Pengukuran Skala Likert.....	30
Tabel 3. 2 Definisi Operasional	31
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4. 3 Karakteristik Respoden Bedasarkan Jenis Pekerjaan	41
Tabel 4. 4 Deskriptif Mean Citra Diri Vincent Desta (CVD).....	43
Tabel 4. 5 Deskriptif Mean Persepsi Harga (PH)	44
Tabel 4. 6 Deskriptif Mean Promosi (PR).....	45
Tabel 4. 7 Deskriptif Mean Keputusan Pembelian (KP).....	46
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Citra Diri Vincent Desta (CVD).....	47
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Persepsi Harga (PH).....	48
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Promosi (PR).....	49
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	50
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas.....	51
Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas	52
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	53
Tabel 4. 15 Hasil Uji Heterokedastisitas	54
Tabel 4. 16 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	55
Tabel 4. 17 Hasil Uji F.....	57
Tabel 4. 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi	58
Tabel 4. 19 Hasil Uji Hipotesis (Uji t)	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Analisis	27
Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	40
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	41



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I: Kuesioner

Lampiran II: Tabulasi Jawaban Kuesioner Responden

Lampiran III: Hasil Olah Data SPSS

Lembar Turnitin

Lembar Konsultasi Bimbingan

