

**PENGARUH VARIASI PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE SEDAAP
GORENG DI AGEN SEMBAKO KELURAHAN KUMPAY BANTEN**

TUGAS AKHIR

ILMA FITRIA

193402516358



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2023**

**PENGARUH VARIASI PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE SEDAAP
GORENG DI AGEN SEMBAKO KELURAHAN KUMPAY BANTEN**

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

Oleh :

ILMA FITRIA

193402516358



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

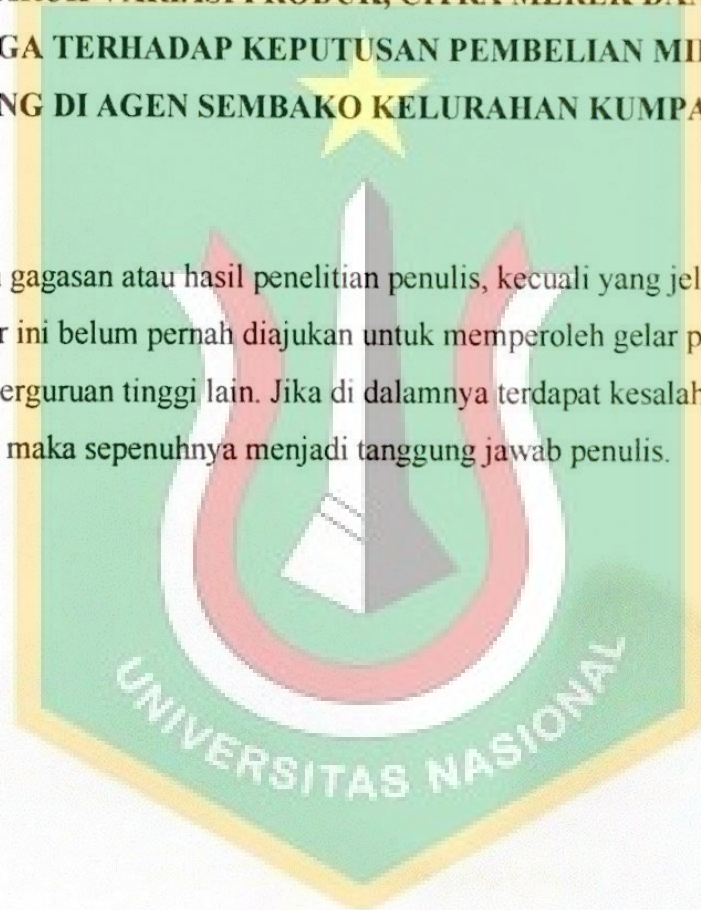
2023

LEMBAR PERNYATAAN

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

**PENGARUH VARIASI PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE SEDAAP
GORENG DI AGEN SEMBAKO KELURAHAN KUMPAY BANTEN**

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali yang jelas rujukannya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Jika di dalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.



Jakarta, 6 Februari 2023



D0442AKX271233365

ILMA FITRIA

193402516358

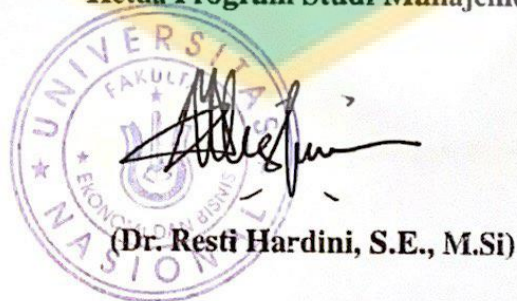
LEMBAR PERSETUJUAN

**Judul Tugas Akhir : PENGARUH VARIASI PRODUK, CITRA MEREK
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MIE SEDAAP GORENG DI AGEN
SEMBAKO KELURAHAN KUMPAY BANTEN**

Nama Mahasiswa : ILMA FITRIA

Nomor Induk : 193402516358

Program Studi : Manajemen



Jakarta, 06 Februari 2023

LEMBAR PENGESAHAN

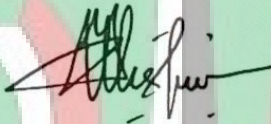
Judul Tugas Akhir : PENGARUH VARIASI PRODUK, CITRA MEREK
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MIE SEDAAP GORENG DI AGEN
SEMBAKO KELURAHAN KUMPAY BANTEN

Nama : ILMA FITRIA

Nomor Induk : 193402516358

Program studi : Manajemen


Mengesahkan
Pembimbing Tugas Akhir


(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si)

Ketua Penguji


Anggota Penguji


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


(Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si.M.)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


(Kumba Digidowiseiso, S.E., M.App. Ec., Ph.D.)

Jakarta, Maret 2023

ABSTRAK

PENGARUH VARIASI PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE SEDAAP GORENG DI AGEN SEMBAKO KELURAHAN KUMPAY BANTEN

Oleh :

Ilma Fitria

NIM. 193402516358

Tugas akhir ini dibawah bimbingan Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Variasi produk, citra Merek, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Mie sedaap goreng di agen sembako Kelurahan Kumpay Banten. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang pernah melakukan pembelian mie sedaap goreng minimal 1 kali. Penelitian ini menggunakan data primer dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 100 orang responden. Teknik analisis data dengan menggunakan analisis inferensial dengan regresi linear berganda dan menggunakan program Statistical Product and Service Solution (SPSS) versi 22.0. Dari hasil analisis regresi linear berganda, menggunakan uji t yang dimana Variasi Produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan skor $3,665 > 1,985$. Citra Merek (X2) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan skor $1,276 < 1,985$ dan Persepsi Harga (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan skor $4,873 > 1,984$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Variasi Produk dan Persepsi Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Sedangkan Citra Merek tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Variasi Produk , Citra Merek, Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

THE EFFECT OF PRODUCT VARIATION, BRAND IMAGE AND PRICE PERCEPTION ON PURCHASE DECISIONS OF FRIED SEDAAP Noodles AT SMBAKO AGENT IN KUMPAY VILLAGE, BANTEN

By :

ILMA FITRIA

NIM. 193402516358

This final project is under the guidance of Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si

This study aims to determine the effect of product variations, brand image, and price perceptions on purchasing decisions for fried noodles at basic food agents in the Kumpay sub-district, Banten. The sample in this study were 100 respondents who had purchased fried noodles at least once. This study uses primary data with data collection methods through questionnaires distributed to 100 respondents. The data analysis technique uses inferential analysis with multiple linear regression and uses the Statistical Product and Service Solution (SPSS) version 22.0 program. From the results of multiple linear regression analysis, using the t test where Product Variation (X1) has a positive and significant effect on purchasing decisions with a score of $3.665 > 1.985$. Brand Image (X2) has no positive and significant effect on purchasing decisions with a score of $1.276 < 1.985$ and Price Perception (X3) has a positive and significant effect on purchasing decisions with a score of $4.873 > 1.984$. So it can be concluded that Product Variation and Perceived Price have a positive effect on purchasing decisions. Meanwhile, brand image has no positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Product Variation, Brand Image, Perceived Price and Purchase Decision.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. DATA PRIBADI

Nama : Ilma Fitria
Tempat, Tanggal Lahir : Lebak, 19 Januari 2001
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat Rumah : Kumpay, Kelurahan Kumpay RT 004 RW
001, Banjarsari, Lebak Banten, 42355
Telepon/HP : 081280311836
Status : Belum Menikah
Kewarganegaraan : Indonesia
Email : ilmafitria61@gmail.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

2007 – 2013 : MIS Malangnengah
2013 – 2016 : MTs Negeri 3 Lebak
2016 – 2019 : SMA Negeri 2 Kota Serang
2019 – 2023 : Universitas Nasional



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Dengan mengucapkan puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “Pengaruh Variasi Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedaap Goreng Di Agen Sembako Kelurahan Kumpay Banten” dengan baik. Tujuan dari penyusunan pada tugas akhir ini ialah untuk memenuhi suatu salah satu syarat untuk mencapai Sarjana (S1) Program Studi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.

Dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini penulis tentunya mengalami hambatan, baik itu yang bersifat teknis maupun lainnya. Namun atas dukungan dan bantuan dari berbagai pihak maka hambatan tersebut dapat teratasi dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, MA selaku Rektor Universitas Nasional
2. Bapak Kumba Digdowiseiso, 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 pada 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 dan selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, pikiran serta seluruh arahan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan baik.
5. Bapak dan Ibu Dosen dan Staff di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional, yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama mata kuliah berlangsung.

6. Bapak Asep Saepudin dan Ibu Eva Puspita kedua orang tua tercinta yang selalu mendukung, dan memberikan kasih sayangnya, serta mendoakan untuk kelancaran tugas akhir ini serta memberikan fasilitas yang telah diberikan selama ini sehingga membuat penulis diberikan kemudahan untuk menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini.
7. Farzan Faeyza selaku adik tercinta yang sudah mensupport penulis dan memberikan kasih sayang serta doa yang tulus kepada penulis.
8. Tasep Saepul Hidayat yang selalu memberikan dukungan, arahan dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Melania, Elsa Indah dan Dila selaku sahabat yang telah membantu dan memberikan dukungan kepada penulis
10. Adinda, Mifta, Zhalma, Farhana, Arsanti dan teman-teman seperjuangan lainnya yang selalu mendukung dan saling memberikan ilmu yang dimiliki untuk berproses bersama-sama.
11. Bapak Ahmad dan Bapak Farman selaku pemilik Agen Sembako Dila dan Agen Sembako Iksan yang telah meluangkan waktunya untuk membantu mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan dalam penulisan tugas akhir ini.
12. Semua pihak yang langsung maupun tidak langsung yang telah membantu penulis selama penyusunan tugas akhir skripsi.

Penulis menyadari mungkin tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna, disebabkan karena terbatasnya pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki oleh penulis. Akhir kata penulis sangat mengucapkan banyak terima kasih kepada seluruh pihak. Penulis juga berharap semoga pada tugas akhir ini dapat bermanfaat kepada seluruh pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 06 Februari 2023

ILMA FITRIA

NIM. 193402516358

DAFTAR ISI

COVER LUAR	
COVER DALAM	
LEMBAR PERNYATAAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAK	
ABSTRACT	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJUAN PUSTAKA	7
A. Manajemen Pemasaran.....	7
1. Pemasaran	7
2. Pasar Bisnis.....	10
3. Variasi produk.....	14
4. Citra merek.....	16
5. Persepsi Harga.....	18
6. Keputusan pembelian	20
B. Keterkaitan antar variabel	25
1. Pengaruh Antara Variasi Produk Dengan Keputusan Pembelian.....	25
2. Pengaruh Antara Citra Merek Dengan Keputusan Pembelian	26
3. Pengaruh Antara Persepsi Harga Dengan Keputusan Pembelian.....	26
C. Hasil penelitian yang sesuai sebagai rujukan penelitian	27
D. Kerangka analisis	30
E. Hipotesis	31

BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Objek Penelitian	32
B. Data Penelitian	32
1. Sumber Data dan Jenis Data	32
2. Populasi dan Sampel	32
C. Definisi Operasional.....	35
1. Variabel <i>Independent</i> (Bebas)	35
2. Variabel <i>Dependent</i> (Terikat)	35
D. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis	37
1. Metode Analisis	37
2. Uji Instrumen p	37
3. Uji Asumsi Klasik	38
4. Uji Kelayakan Model	41
5. Pengujian Hipotesis (Uji t)	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
A. Hasil Penelitian	43
1. Deskripsi Data Penelitian	43
2. Deskripsi Responden.....	44
3. Metode Analisis Deskriptif.....	45
4. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian	48
B. Pembahasan.....	58
1. Pengaruh Variasi Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	58
2. Pengaruh Citra Merek (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	59
3. Pengaruh Persepsi Harga (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	59
BAB V KESIMPULAN.....	61
A. Kesimpulan	61
B. Saran	62

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Top Brand Index Mie Instan 2020 – 2022.....	2
Tabel 1.2 Data Penjualan Mie Instan di Agen Dila dan Iksan	3
Tabel 2.3 Hasil Rujukan penelitian.....	27
Tabel 3.4 Pengukuran Skala Like Art	34
Table 3.5 Definisi Operasional	36
Tabel 4.6 Omset Responden	44
Tabel 4.7 Standar Deviation dan Mean Variasi Produk (X1)	45
Tabel 4.8 Standar Deviation dan Mean Citra Merek (X2).....	46
Tabel 4.9 Standar Deviation dan Mean Persepsi Harga (X3)	47
Tabel 4.10 Standar Deviation dan Mean Keputusan Pembelian (Y)	47
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variasi Produk.....	48
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Citra Merek	49
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Persepsi Harga.....	49
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	50
Tabel 4.15 Hasil Uji Reabilitas	50
Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas	51
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikonearitas.....	52
Tabel 4.18 Hasil Uji Heteroskedastisitas	53
Tabel 4.19 Hasil Uji Autokorelasi	53
Tabel 4.20 Hasil Analisis Linier Berganda.....	54
Tabel 4.21 Hasil Uji F.....	55
Tabel 4.22 Hasil Uji Koefiseien Determinasi (R^2).....	56
Tabel 4.23 Hasil Uji t.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Analisis	30
Gambar 4.2 Diagram Omset Responden.....	45

