

**ANALISIS PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIXUE DI KOTA
BOGOR CABANG JAMBU DUA**

***ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF PRODUCT, PRICE, PROMOTION,
AND BRAND IMAGE ON PURCHASING DECISIONS FOR MIXUE IN
BOGOR CITY JAMBU DUA BRANCH***

Oleh

**MUHAMAD IRVAN
NIM : 2411907538**

SKRIPSI



**JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2025**

**ANALISIS PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI, DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIXUE DI KOTA
BOGOR CABANG JAMBU DUA**

***ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF PRODUCT, PRICE, PROMOTION,
AND BRAND IMAGE ON PURCHASING DECISIONS FOR MIXUE IN
BOGOR CITY JAMBU DUA BRANCH***

Oleh

MUHAMAD IRVAN

NIM: 2411907538

SKRIPSI

Telah disahkan dan disetujui pada:

Tempat : Depok

Tanggal.....2025

Dosen Pembimbing

Ketua Jurusan

Yumartono, S.E., M.M.

NIDN/NUPTK : 0022036802

Drs. Henky Hendrawan, M.M., M.Si.

NIDN/NUPTK : 0416076506

Mengetahui,

Ketua

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S.

NIDN/NUPTK :

**ANALISIS PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI,DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIXUE DI KOTA
BOGOR CABANG JAMBU DUA**

***ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF PRODUCT, PRICE,
PROMOTION, AND BRAND IMAGE ON PURCHASING DECISIONS
FOR MIXUE IN BOGOR CITY JAMBU DUA BRANCH***

Oleh

**MUHAMAD IRVAN
NIM : 2411907538**

SKRIPSI

Telah diujikan pada:

Tempat : Depok

Tanggal 2025

Ketua Penguji,

Anggota penguji,

Altatit Dianawati S.Si,MM.

Drs. Henky Hendrawan, M.M.,M.Si

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen,

Drs.Henky Hendrawan, M.M., M.Si.

NIDN/NUPTK:7048743644130093

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : MUHAMAD IRVAN
NIM : 2411907538
Jurusan : Manajemen
Nomor KTP : 3271060804000004
Alamat : Kedung Badak RT07/RW02
Kecamatan Tanah Sareal Kota Bogor

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil penelitian dan penulisan dari skripsi saya adalah murni hasil pemikiran saya yang dikuatkan dengan adanya cek plagiasi sesuai dengan aturan yang berlaku di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
2. Hasil Penelitian dan penulisan dari Proposal saya ini, dengan ini dialihkan hak nya kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk paten dan juga hal-hal yang berkaitan.
3. Penulisan hasil penelitian ini (skripsi) telah mengikuti kaidah-kaidah yang berlaku di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
4. Apabila dikemudian hari, bahwa hasil penelitian ini dan penulisan Skripsi ini mempunyai kesamaan atau terdapat unsur penjiplakan terhadap karya ilmiah orang lain, maka dengan ini saya siap menerima sanksi berupa:
 - a. Pencabutan gelar kesarjanaan saya yang telah saya terima.
 - b. Pencabutan ijazah saya sesuai dengan aturan atau undang-undang yang berlaku.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Depok, 2025

Muhamad Irvan

Nama : Muhamad Irvan

NIM 2411907538

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Citra Merek terhadap keputusan pembelian Mixue di Kota Bogor cabang jambu dua.

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh produk, harga, promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian Mixue di Kota Bogor. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode penelitian berupa pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan jumlah sampel 125 responden yang merupakan konsumen Mixue di Kota Bogor.

Hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan variabel produk, harga, promosi dan citra merek secara serempak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ice cream Mixue di kota Bogor dengan hasil analisis yaitu nilai F hitung = 52,503 > dari Ftabel = 2,45. Hasil uji t menunjukkan bahwa secara parsial variabel produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ice cream Mixue di kota Bogor karena t hitung (0,102) < t tabel (1,97928) serta nilai signifikansinya dibawah 0,05 pada variabel harga dan t hitung (3,023) < t tabel (1,97928) serta nilai signifikansinya dibawah 0,05 pada variabel harga. Untuk variabel promosi secara parsial masing-masing berpengaruh signifikan karena nilai t hitung (2,900) > t tabel (1,97928) serta nilai signifikansinya dibawah 0,05 sedangkan pada variabel citra merek dan nilai thitung (4,794) > ttabel (1,97928) serta nilai signifikansinya dibawah 0,05 pada variabel citra merek. Dengan variabel yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian ice cream Mixue di kota Bogor.

Kata kunci: Produk, Harga, Promosi, Citra Merek, keputusan pembelian mixue

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine and analyze the influence of product, price, promotion and brand image on mixue purchasing decisions in the city of Bogor. The type of research used is quantitative research with research methods in the form of data collection using a questionnaire. The data analysis model used is multiple linear regression analysis with a sample of 125 respondents who are mixed consumers in the city of Bogor. The results of the F test show that simultaneously the variables of product, price, promotion and brand image variables simultaneously have a significant effect on the decision to purchase MIXUE ice cream in the city of Bogor with the results of the analysis namely the value of F count = 52,503 > from F table = 2.45. The results of the t test show that partially the product and price variables have no significant effect on the decision to purchase Mixue ice cream in Bogor city because tcount (0,102) < ttable (1.97928) and the significance value is below 0.05 on the price variable and th count (3,023) < t table (1.97928) and the significance value is below 0.05 on the price variable. As for the promotion variable partially, each has a significant effect because the t count (2,900) > t table (1.97928) and the significance value is below 0.05 on the brand image variable and the t count value (4,794) > t table (1.97928) and the significance value is below 0.05 on the brand image variable. With the dominant variable influencing the decision to purchase Mixue ice cream in the city of Bogor.

Keywords: product, price, promotion, brand image, purchasing decisions mixue

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa penulis panjatkan karena berkat rahmat, taufik, hidayah serta inayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi ini tepat pada waktunya. Shalawat serta salam juga penulis haturkan untuk junjungan kita semua, Nabi Muhammad SAW dengan harapan kita semua mendapatkan syafaatnya di hari pembalasan nanti.

Penelitian dengan judul Pengaruh Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mixue Di Kota Bogor ini disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Alasan pemilihan judul tersebut karena penulis melihat fenomena masyarakat yang semakin gemar untuk melakukan pembelian diberbagai perusahaan retail. Oleh sebab itu perlu adanya penelitian lebih lanjut untuk mengetahui model retail teh dan ice cream

Dalam proses penulisannya, tentunya penulis dibantu oleh banyak pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang kepada:

1. Bapak Mildy Rifa'i, S.E. selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Bapak Drs. Henky Hendrawan, M.M., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus berusaha untuk memajukan Jurusan ini hingga kini telah mendapatkan Akreditasi B.
4. Bapak Yumartono, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah dengan sabar bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga penulis selesai menyusun skripsi dengan baik
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya Jurusan Manajemen yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah dengan penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar penulis hingga penulis bisa menjadi seorang Sarjana Ekonomi seperti sekarang ini.

6. Para staf dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.
7. Rekan-rekan mahasiswa yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI dengan penuh suka cita.
8. Ayahanda M.Soleh serta Ibunda Ike Sudiarnita tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.
9. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh sebab itu penulis selalu mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca semuanya. Harapannya, di masa yang akan datang nanti penulis mampu menulis dengan lebih baik lagi. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga dan semoga kita semua selalu diberikan kesuksesan. Amiin.

Bogor, Agustus
2025 Penulis,

MUHAMAD IRVAN
NIM 2411907538

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	2
LEMBARAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	3
LEMBARAN SIDANG.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Data Jumlah Gerai Mixue Kota Bogor Per Tahun	3
1.3 Identifikasi Masalah	5
1.4 Batasan Masalah	5
1.5 Perumusan Masalah.....	6
1.6 Tujuan Penelitian.....	6
1.7 Manfaat Penelitian	6
1.8 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II.....	8
LANDASAN TEORI.....	8
2.1 TEORI	8
2.1.1 Produk.....	8
2.1.2 Harga.....	12
2.1.3 Promosi	16
2.1.4 Citra Merek.....	20
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	23
2.2 Penelitian Terdahulu.....	26
2.3 Kerangka Konseptual.....	29
2.4 Hipotesis	30

BAB III	<u>32</u>
METODOLOGI PENELITIAN	<u>32</u>
3.1 Tempat Dan Waktu Penelitian.....	<u>32</u>
3.2 Jenis dan Metode Penelitian	<u>32</u>
3.3 Populasi dan Sampel	<u>33</u>
3.4 Teknik Pengumpulan data	<u>34</u>
3.5 Definisi Operasional Variabel (Variabel Bebas dan Variabel Terikat).....	<u>35</u>
3.6 Teknik Analisis Data	<u>38</u>
BAB IV.....	<u>45</u>
HASIL DAN PEMBAHASAN	<u>45</u>
4.1 Hasil Penelitian.....	<u>45</u>
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	<u>45</u>
4.1.2. Karakteristik Responden.....	<u>45</u>
4.1.3. Tanggapan Responden	<u>47</u>
4.1.4. Hasil Uji Kualitas Data	<u>56</u>
4.1.5. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	<u>60</u>
4.1.6. Hasil Uji Hipotesis	<u>63</u>
4.2 Pembahasan	<u>68</u>
BAB V	<u>70</u>
SIMPULAN DAN SARAN	<u>70</u>
5.1 Simpulan.....	<u>70</u>
5.2 Saran.....	<u>70</u>
DAFTAR PUSTAKA.....	<u>72</u>
LAMPIRAN 1.....	<u>74</u>
KUISIONER PENELITIAN	<u>75</u>
PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER	<u>76</u>

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Produk Mixue	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3.1Jadwal Pelaksanaan Penelitian	32
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	37
Tabel 3.3. Angka Penafsiran.....	39
Tabel 4.1. Karakteristik Responden	46
Tabel 4.2. Tanggapan Responden Atas Variabel produk	48
Tabel 4.3. Tanggapan Responden Atas Variabel Harga	49
Tabel 4.4. Tanggapan Responden Atas Variabel Promosi	51
Tabel 4.5. Tanggapan Responden Atas Variabel Citra Merek	53
Tabel 4.6. Tanggapan Responden Atas Variabel Keputusan pembelian	54
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Variabel Produk.....	56
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Variabel Harga.....	57
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	58
Tabel 4.10. Hasil Uji Validitas Variabel Citra merek.....	58
Tabel 4.11. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan pembelian	58
Tabel 4.12. Hasil Uji Reliabilitas	59
Tabel 4.13. Tabel Kolmogrov – Smirnov test	61
Tabel 4.14. Hasil Uji Multikolineritas (<i>Tolerance</i> dan VIF)	62
Tabel 4.15. Hasil Uji Regresi Berganda.....	64
Tabel 4.16. Hasil Uji F.....	65
Tabel 4.17. Koefisien Determinasi	66
Tabel 4.18. Hasil Uji t (Uji Parsial)	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Tahap proses keputusan pembelian.....	24
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual penelitian.....	30
Gambar 4.1. Hasil Uji Normalitas.....	60
Gambar 4.2. Hasil uji heteroskedastisitas dengan pendekatan grafik.....	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 kuesioner penelitian	74
Lampiran 2 surat izin.....	80
Lampiran 3 hasil plagiarisme	81
Lampiran 4 kartu bimbingan	82
Lampiran 5 tabulasi data	83
Lampiran 6 uji validasi dan realibilitas	84
Lampiran 7 hasil asumsi klasik dan uji hipotesis ,uji gletjer	88
Lampiran 8 daftar riwayat hidup	95
Lampiran 9 tabel F	96
Lampiran 10 tabel T	97

