

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN  
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN SEMEN TIGA RODA PADA  
PT. ROYAL INTI MANDIRI ABADI SURABAYA**

**SKRIPSI**



**Oleh :**

**VISTO FEBRIANTO SANTOSO**

**13116028**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA  
SURABAYA  
2018**

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN  
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN SEMEN TIGA RODA PADA  
PT. ROYAL INTI MANDIRI ABADI SURABAYA**

**SKRIPSI**



**Oleh :**

**VISTO FEBRIANTO SANTOSO**

**13116028**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA  
SURABAYA  
2018**

**LEMBAR PENGESAHAN**

Skripsi yang ditulis oleh Visto Febrianto Santoso dengan NPM 13116028

Telah diuji pada tanggal 18/bulan Januari/tahun 2018

Dinyatakan **LULUS** oleh :

Ketua Tim Penguji

(Lilik Indrawati,S.E.,M.M.)

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi,

Ketua Program Studi,

(Thyopoida W.S.P.,S.E.,M.M.)

(Lilik Indrawati,S.E.,M.M.)



## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Semen Tiga Roda pada PT. Royal Inti Mandiri Abadi Surabaya

Telah diuji dan dipertahankan dihadapan  
Tim penguji skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika  
Program Studi Manajemen Pemasaran

Pada Hari Kamis tanggal 18 Januari 2018

Disusun oleh:

Nama : Visto Febrianto Santoso

NPM : 13116028

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen Pemasaran

### Tim Penguji :

Nama

1. Lilik Indrawati,S.E.,M.M. (Ketua) .....
2. Thyopoida W.S.P.,S.E.,M.M. (Anggota).....
3. Drs. EC. Bruno Hami.,M.M. (Anggota).....

## SURAT PERNYATAAN KEASILAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Visto Febrianto Santoso  
Fakultas / Prodi : Ekonomi / Manajemen Pemasaran  
Alamat Asli : Rangkah 7/72 - Surabaya  
No Identitas : 3578100602910006

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul: “Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Semen Tiga Roda pada PT. Royal Inti Mandiri Abadi Surabaya”.

Adalah merupakan hasil karya saya sendiri yang belum pernah dipublikasikan baik secara keseluruhan maupun sebagai bagian dalam bentuk jurnal, *working paper* atau bentuk lain yang dipublikasikan secara umum. Skripsi (Tugas Akhir) ini sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Apabila kemudian hari terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau menirukan tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika termasuk pencabutan gelar keanggotaan.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab dan integritas.

Surabaya, 15 Januari 2018  
Hormat saya,

Visto Febrianto Santoso

## KATA PENGANTAR

Saya hanturkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kebaikan-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Semen Tiga Roda Pada PT. Royal Inti Mandiri Abadi Surabaya”.

Skripsi ini merupakan prasyarat bagi mahasiswa dan mahasiswi dalam mendapatkan gelar sarjana atau S1, dimana skripsi disusun berdasarkan masalah-masalah yang di temui di lapangan atau perusahaan yang ada. Sehingga dengan melakukan penyusunan skripsi ini, seluruh mahasiswa dan mahasiswi belajar secara tidak langsung menjadi seorang penyelesaian masalah bagi orang lain.

Selama penelitian dan penyusunan skripsi ini disusun oleh penulis tidak luput dari banyak kendala. Kendala tersebut dapat diatasi penulis berkay adanya bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Yustinus Budi Hermanto, MM. Selaku Rektor Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
2. Ibu Thyophoida W. S. P., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya
3. Bapak Drs. Bruno Hami Pahar, M.M. Selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membantu dan memberi petunjuk serta bimbingan dalam penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan.
4. Ibu Lilik Indrawati, S.E.,M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
5. Manajemen PT. Royal Inti Mandiri Abadi beserta seluruh staff karyawan yang telah banyak memberikan fasilitas serta waktu yang diberikan sehingga penulis dapat berhasil menyusun skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu dosen serta staf pengajar pada fakultas ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan.

7. Bapak / Ibu dosen penguji yang telah memberikan bimbingan kepada penulis dengan baik.
8. Kepada kedua orang tua saya yang telah merawat dan membesarkan saya dengan penuh kasih sayang.
9. Teman-temanku di kampus Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang secara langsung atau tidak langsung memberikan kelancaran penyusunan skripsi ini.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini terdapat banyak kekurangan dan sebagai manusia biasa tentu tidak luput dari kesalahan, untuk itu penulis akan menerima segala saran serta kritik yang membangun untuk memperbaiki penulisan skripsi ini.

Surabaya, 18 Januari 2018

Penulis



## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
ABSTRAK .....	ix
<i>ABSTRACT</i> .....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	8
1.3.2 Manfaat Penelitian .....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Citra Merek .....	10
2.1.2 Harga.....	15
2.1.3 Promosi .....	18
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	22
2.1.5 Pengaruh Antar Variabel.....	24
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu .....	26
2.2.1 Penelitian Terdahulu I, Oleh Evelina, dkk (Universitas Diponegoro, 2012) .....	26
2.2.2 Penelitian Terdahulu II, Oleh Nurhayati (Universitas YPK Yogyakarta, 2017) .....	27
2.2.3 Penelitian Terdahulu III, Oleh Andrianto, dkk (Universitas Diponegoro, 2013) .....	28
2.3 Rerangka Pemikiran .....	30
2.4 Kerangka Konseptual .....	31



2.5	Hipotesis Penelitian (Metode Kuantitatif).....	31
BAB III METODE PENELITIAN .....		33
3.1	Objek Penelitian .....	33
3.2	Identifikasi Variabel Penelitian .....	33
3.3	Definisi Operasional Variabel .....	33
3.4	Teknik Pengukuran Data .....	36
3.5	Sumber Data .....	37
3.6	Populasi dan Sampel .....	37
3.6.1	Populasi .....	37
3.6.2	Sampel .....	37
3.7	Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.8	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	39
3.8.1	Uji Validitas .....	39
3.8.2	Uji Reliabilitas .....	40
3.9	Analisis Data .....	41
3.9.1	Uji Asumsi Klasik .....	41
3.9.2	Analisis Regresi Linier Berganda .....	42
3.9.3	Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	43
3.9.4	Prosedur Pengujian Hipotesis .....	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....		47
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	47
4.1.1	Gambaran Perusahaan .....	47
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan .....	49
4.1.3	Struktur Organisasi Perusahaan .....	50
4.1.4	Produk Indocement dengan Merek Semen Tiga Roda .....	57
4.2	Deskripsi Penelitian .....	59
4.2.1	Gambaran Umum Responden .....	59
4.3	Pembahasan dan Analisis Data .....	60
4.3.1	Uji Validitas .....	61
4.3.2	Uji Reliabilitas .....	62

4.3.3	Uji Asumsi Klasik.....	62
4.3.4	Uji Regresi Linier Berganda .....	65
4.3.5	Koefisien Determinasi.....	67
4.3.6	Uji t .....	68
4.4	Pembahasan.....	69
BAB V PENUTUP .....		72
5.1	Kesimpulan.....	72
5.2	Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....		74
LAMPIRAN.....		76



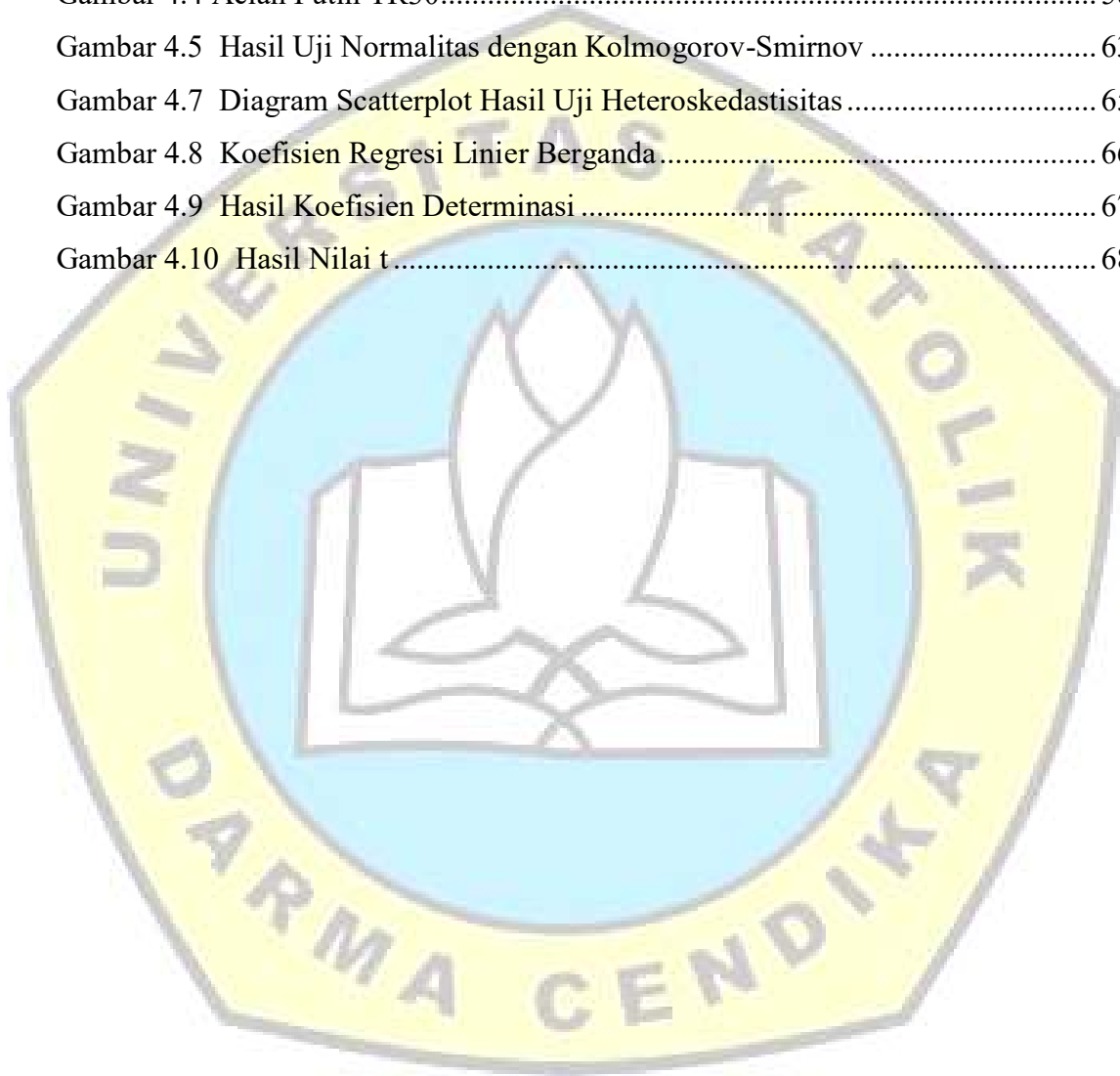
## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Bobot dan Kategori Penilaian Data.....	36
Tabel 3.2	Tingkat Reliabilitas <i>Cronbach Alpha</i> .....	41
Tabel 3.3	Interpretasi Koefisien Korelasi .....	44
Tabel 4.1	Spesifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	59
Tabel 4.2	Spesifikasi Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas .....	61
Tabel 4.4	Hasil Uji Reliabilitas.....	62
Tabel 4.5	Hasil Uji Multikolinieritas.....	64



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Rerangka Pemikiran.....	30
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	31
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Royal Inti Mandiri Abadi .....	50
Gambar 4.2 <i>Portland Composite Cement (PCC)</i> .....	57
Gambar 4.3 Semen Putih .....	58
Gambar 4.4 Acian Putih TR30.....	58
Gambar 4.5 Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov .....	63
Gambar 4.7 Diagram Scatterplot Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	65
Gambar 4.8 Koefisien Regresi Linier Berganda.....	66
Gambar 4.9 Hasil Koefisien Determinasi .....	67
Gambar 4.10 Hasil Nilai t.....	68



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 - Lembar Kuesioner .....	76
Lampiran 2 – Data Citra Merek .....	80
Lampiran 3 - Data Harga .....	83
Lampiran 4 - Data Promosi.....	86
Lampiran 5 - Data Keputusan Pembelian .....	89
Lampiran 6 - Hasil Uji Menggunakan SPSS .....	92



## ABSTRAK

Keputusan pembelian dan konsumen seringkali dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti citra merek, harga, dan promosi. Dalam hal ini peneliti ingin mengetahui pengaruh citra merek, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian Semen Tiga Roda pada PT. Royal Inti Mandiri Abadi Surabaya.

Penelitian ini menggunakan tiga variabel (X) yaitu variabel citra merek (X1), harga (X2), promosi (X3), dengan variabel (Y) yaitu keputusan pembelian. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen pada PT. Royal Inti Mandiri Abadi Surabaya dan sampel diambil sebanyak 100 responden. Pengukuran data yang digunakan adalah dengan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda, Koefisien Determinasi, dan Uji t.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa, hasil dari Uji Validitas adalah Valid karena korelasi pearson dari masing – masing variabel > nilai r tabel (0,1966), Uji Reliabilitas adalah *reliable* karena hasil dari nilai *cronbach's alpha* dari masing – masing variabel > dari 0,60, Uji Asumsi Klasik yang telah diuji telah memenuhi persyaratan. Dari hasil Analisis Regresi Linier Berganda telah didapatkan permodelan yaitu  $Y = -2,157 + 0,502X1 + 0,172X2 + 0,411X3$ , dari hasil tersebut harga (X2) adalah variabel paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian di PT. Royal Inti Mandiri Abadi Surabaya. Dari hasil koefisien determinasi *Adjusted R Square*  $0,740 = 74,0\%$  didapatkan hasil yaitu hubungan antara citra merek (X1), harga (X2), promosi (X3) terhadap keputusan pembeli (Y) adalah tinggi, sedangkan sisanya ( $100\% - 74,0\%$ ) = 26% dipengaruhi oleh variabel lain. Dari hasil Uji t didapatkan hasil yaitu citra merek (X1) dengan  $t_{hitung} 5,788 > \text{nilai } t_{tabel} 1,9849$  dan nilai signifikan ( $0,000 < 0,05$ ) hal ini dapat dikatakan bahwa variabel citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di PT. Royal Inti Mandiri Abadi Surabaya, hasil Uji t untuk harga (X2) dengan  $t_{hitung} 2,248 > t_{tabel} 1,9849$  dan nilai signifikan ( $0,027 > 0,05$ ) hal ini dapat dikatakan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di PT. Royal Inti Mandiri Abadi Surabaya. Dari hasil Uji t didapatkan hasil untuk promosi (X3) dengan  $t_{hitung} 7,013 > t_{tabel} 1,9849$  dan nilai signifikan ( $0,000 < 0,05$ ) hal ini dapat dikatakan bahwa variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di PT. Royal Inti Mandiri Abadi Surabaya.

Kata kunci : *citra merek, harga, dan promosi*

## **ABSTRACT**

Purchasing and consumer decisions are often influenced by several factors, such as brand image, price, and promotion. In this case the researcher wanted to know the influence of brand image, price, and promotion to decision of purchase of Cement Three Wheels at PT. Royal Inti Mandiri Abadi Surabaya.

Keywords: brand image, cost, promotion, buying decision.

This research uses three variables (X) namely brand image variable (X1), price (X2), promotion (X3), with variable (Y) that is purchasing decision. Population of this research is consumer at PT. Royal Inti Mandiri Abadi Surabaya and samples taken as many as 100 respondents. Measurement of data used is with Test Validity, Test Reliability, Classic Assumption Test, Multiple Linear Regression Analysis, Coefficient of Determination, and Test t.

From result of research which have been done can be concluded that, result from Validity Test is Valid because correlation of pearson from each - variable r table value (0,1966), Reliability Test is reliable because result of cronbach's alpha value of each variable > from 0.60, the Classified Assumption Test that has been tested meets the requirements. From the results of Multiple Linear Regression Analysis has found that modeling  $Y = -2.157 + 0,502X1 + 0.172X2 + 0.411X3$ , from the results price (X2) is the most influential variable on purchasing decisions in PT. Royal Inti Mandiri Abadi Surabaya. From result of coefficient of determination Adjusted R Square  $0,740 = 74,0\%$  got result that is relationship between brand image (X1), price (X2), promotion (X3) to buyer decision (Y) is high, while the rest  $(100\% - 74, 0\%) = 26\%$  influenced by other variables. From result of Test of T got result that is brand image (X1) with tcount  $5,788 >$  ttable  $1,9849$  and significant value  $(0,000 < 0,05)$  it can be said that brand image variable significantly influence to purchasing decision at PT. Royal Inti Mandiri Abadi Surabaya, t test result for price (X2) with t count  $2,248 >$  ttable  $1,9849$  and significant value  $(0,027 > 0,05)$  this can be said that price variable influence to purchasing decision at PT. Royal Inti Mandiri Abadi Surabaya. From result of Test of T got result for promotion (X3) with tcount of  $7.013 >$  ttable  $1,9849$  and significant value  $(0,000 < 0,05)$  it can be said that promotion variable have significant effect to purchasing decision at PT. Royal Inti Mandiri Abadi Surabaya.

*Key words : brand image, cost, promotion*

