

**PENGARUH BAURAN DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUASAN PEMBELIAN PRODUK
BRASTAGI SUPERMARKET**

SKRIPSI

Oleh

RIZKY TRI ANANDA
1929081036/MNJ



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TJUT NYAK DHEN
MEDAN
2023**

**PENGARUH BAURAN DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUASAN PEMBELIAN PRODUK
BRASTAGI SUPERMARKET**

SKRIPSI

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada
Program Studi Manajemen Universitas Tjut Nyak
Dhien Medan**

Oleh

**RIZKY TRI ANANDA
1929081036/MNJ**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TJUT NYAK DHIE
MEDAN
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : PENGARUH BAURAN DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUASAN
PEMBELIAN PRODUK BRASTAGI
SUPERMARKET
Nama Mahasiswa : RIZKY TRI ANANDA
Nomor Pokok Mahasiswa : 1929081036
Program Studi : MANAJEMEN

Mengetahui
Komisi Pembimbing

Amirudin, S.E., M.M., M.Si.
Dosen Pembimbing I


Mella Yunita, S.E., M.Si.
Dosen Pembimbing II

Ketua Program Studi

Dekan


(Mella Yunita, S.E., M.Si.)


(Dr. Mospa Darma, S.E., S.H., M.Kn.)

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TJUT NYAK DHIEH MEDAN**

BERITA ACARA UJIAN

**UNTUK MEMPERTAHANKAN SKRIPSI BAGI MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS TJUT NYAK
DHIEH**

**Panitia Ujian Skripsi Mahasiswa
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tjut Nyak Dhien
Dalam Sidangnya Yang Diselenggarakan Pada:**

Hari/Tanggal	: Kamis / 03 Agustus 2023
Nama Mahasiswa	: Rizky Tri Ananda
Nomor Pokok Mahasiswa	: 1929081036
Program Studi	: Manajemen
Judul Skripsi	: PENGARUH BAURAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PEMBELIAN PRODUK BRASTAGI SUPERMARKET
Ditetapkan	: (B+) Lulus Yudisium () Lulus Bersyarat, Memperbaiki Mengulang Tanggal : () Tidak Lulus

**Panitia Ujian/Tim Penguji
ketua**


Khamo Waruwu, S.E., M.M.

Anggota

(Amirudin, S.E., M.M., M.Si.)

Anggota


(Mella Yunita, S.E., M.Si.)

PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Rizky Tri Ananda
NPM : 1929081036
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul **PENGARUH BAURAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PEMBELIAN PRODUK BRASTAGI SUPERMARKET** adalah skripsi karya ilmiah saya sendiri dan bukan merupakan skripsi plagiat atau milik orang lain, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah saya sebutkan sumbernya dengan benar dan jelas.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, apabila dikemudian hari ternyata pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia mendapatkan sanksi sesuai dengan ketentuan dan peraturan perundangan yang berlaku.

Medan, 03 Agustus 2023

Yang Menvatakan,



1000
METERAI
TEMPEL
42856AKX660986688

Rizky Tri Ananda
NPM. 1929081036

ABSTRAK

Rizky Tri Ananda. 1929081036. Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pembelian Produk Pada PT Brastagi Supermarket Medan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan pembelian produk pada PT Brastagi supermarket, mengetahui pengaruh citra merek terhadap kepuasan pembelian produk pada PT Brastagi Supermarket serta mengetahui pengaruh bauran pemasaran dan citra merek secara simultan terhadap kepuasan pembelian produk pada PT Brastagi Supermarket. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan konsumen kuisioner dengan populasi seluruh pelanggan yang datang ke Café Pos Kupu dengan penarikan sampel dengan menggunakan accidental sampling sehingga di peroleh sampel sebanyak 55 orang.

Hasil penelitian di peroleh nilai koefisien terhitung variabel bauran pemasaran adalah 2,111 dan nilai tabel sebesar 2,005 maka nilai hitung > ttabel ($2,111 > 2,005$) dengan nilai sig < 0,05 ($0,040 < 0,05$), nilai koefisien thitung > ttabel ($2,210 > 2,005$) dengan nilai sig < 0,05 ($0,002 < 0,04$). Selanjutnya nilai fhitung variabel bauran pemasaran dan citra merek adalah 10,652 dengan tingkat significant 0,000. sedangkan nilai ftabel pada tingkat signifikan 95% ($\alpha = 0,05$) adalah 2,78 dimana $f_{hitung} > f_{tabel}$ sehingga $10,652 > 2,78$ dan nilai sig < 0,05 ($0,000 < 0,05$). Nilai R^2 yaitu 0,546 atau $R^2 \times 100\%$ sebesar 54,60 %, artinya variabel bebas penelitian memberikan sumbangsi besar dalam menjelaskan tentang keputusan pembelian produk sebesar 54,60 % sedangkan sisahnya 45,40 % di pengaruhi factor – factor lain. Kesimpulan penelitian adalah bauran pemasaran berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk, serta secara simultan bauran pemasaran dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Brastagi Supermarket.

Kata kunci : bauran pemasaran, citra merek, kepuasan pembelian.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas Rahmat dan Hidayah yang di berikan sehingga penulis dapata menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul pengaruh bauran pemasaran dan ctra merek terhadap kepuasan pembelian produk pada PT Brastagi Supermarket Medan.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis telah banyak mendapat bimbingan serta saran dari berbagai pihak. Atas bimbingan serta saran yang telah di berikan dalam menyelesaikan skripsi ini. Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih sebesar – besarnya kepada Bapak/ Ibi yang terhormat :

1. Dr. Irwan Agusnu Putra, S.P., M.P., selaku Rektor Universitas Tjut Nyak Dhien Medan, yang memberikan kesempatan untuk menimba pengetahuan.
2. Dr. Mosfah Dharma, S.E., S.H., M.H. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tjut Nyak Dhien Medan.
3. Mela Yunita, S.E.,M.Si, Selaku Ketua Program Study Menejemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tjut Nyak Dhien Medan, sekaligus selaku Dosen pembimbing II yang telah memberikan masukan dan perbakan proposal skripsi ini.
4. Amirudin, S.E., M.M., M.Si., selaku Dosen pembimbing I yang memberikan masukan – masukan dalam penyusunan proposal skripsi ini.
5. Seluruh Dosen program study S1 manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tjut Nyak Dhien Medan
6. Kedua orang tua, ayahanda dan ibunda yang telah memberikan doa restu dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan pendidikan.
7. Rekan – rekan stambuk 2019 Manajemen Fkultas Ekonomi dan Bisnis atas kebersamaan yang telah tercipta selama masa perkuliahan.

Penulis menyadari, dalam penulisan proposal skripsi ini masih jauh dari sempurna, baik menyangkut isi, maupun penyajian, dengan kerendahan hati, penulis mengharapkan kriti dan saran yang membangun dari semua pihak demi kesempurnaan penulis proposal skripsi ini.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan semoga dapat bermanfaat bagi penulis maupun bagi yang membaca nya.

Medan, Juni 2023
Penulis,

RIZKY TRI ANANDA
NPM.1929081036

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang masalah penelitian	1
B. Identifikasi masalah penelitian	6
C. Batasan masalah penelitian.....	7
D. Rumusan masalah penelitian	7
E. Tujuan penelitian	7
F. Manfaat penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORITAS.....	9
A. Keputusan pembelian produk	9
B. Bauran pemasaran	15
C. Citra merek	20
D. Penelitian terdahulu	27
E. Kerangka konseptual	28
F. Hipotesis penelitan	29
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	30
A. Lokasi penelitian	30
B. Populasi dan sampel	30
C. Defenisi oprasional variabel	31
D. Teknik analisis data	32
1. Analisis deskriptif.....	33
2. Uji kualitas instrument	33
3. Uji asumsi klasik	33
4. Analisis regresi linier berganda	35
5. Uji hipotesis.....	37
6. Uji koefisien determinasi (R^2).....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
A. Hasil penelitian.....	40

1. Gambaran umum Brastagi Supermarket	40
2. Analisis deskripsi karakteristik responden	54
3. Uji kualitas instrument	57
4. Uji asumsi klasik	60
5. Anaisis regresi linier berganda	63
6. Uji hipotesis.....	64
7. Koefisien determinasi (R^2)	67
B. Pembahasan.....	68
1. Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian produk Brastagi Supermarket.....	68
2. Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk brastagi supermarket	70
3. Pengaruh auran pemasaran dan citra merek berorientasi perubahan terhadap keputusan pembelian produk brastagi supermarket	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	74
A. Kesimpulan.....	74
B. Saran – saran	75
DAFTAR PUSTAKA.....	76

DAFTAR TABEL

NO	Keterangan
1.	Penelitian terdahulu
2.	Populasi penelitian
3.	Definisi operasional variabel
4.	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, umur, pendidikan, masa langganan dan pembelian
5.	Hasil uji deskriptif variabel
6.	<i>Corrected item total correlation</i> bauran pemasaran
7.	<i>Corrected item total correlation</i> citra merek
8.	<i>Corrected item total correlation</i> keputusan pembelian
9.	Nilai reliabilitas bauran pemasaran
10.	Nilai reliabilitas citra merek
11.	Nilai reliabilitas keputusan pembelian
12.	<i>Kolmogorov – smirnov test</i>
13.	Uji multikolinearitas
14.	Analisis regresi linier berganda
15.	Uji t (parsial)
16.	Uji t (parsial) variabel dominan
17.	Uji f (simultan)
18.	Model <i>summary goodness of fit</i> (R^2)

DAFTAR GAMBAR

NO keterangan

tahap proses membeli (kolter 2018)

1. Kerangka konseptual
2. Pengujian normalitas
3. Pengujian heteroskedastisitas