



**UNIVERSITAS
PGRI ADI BUANA
SURABAYA**

SKRIPSI

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN PROMOSI
PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN GARAM TOLE C.V REKA CIPTA
INDONESIA**

Hasan Sulaimi
171500013

Dosen Pembimbing

Moch. Munir Rachman, Drs., Ec., M.Si., Dr
Edy Sulistiyawan, S.Si., M.Si., Dr

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2021



Unipa Surabaya

**NIVERSITAS PGRI
ADI BUANA
SURABAYA**

SKRIPSI

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN PROMOSI
PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN GARAM TOLE C.V REKA CIPTA
INDONESIA**

Hasan Sulaimi
171500013

DosenPembimbing

Moch. Munir Rachman, Drs., Ec., M.Si., Dr
Edy Sulistiyawan,S.Si., M.Si., Dr

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2021**

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN PROMOSI PENJUALAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GARAM TOLE C.V
REKA CIPTA INDONESIA**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen (SM) Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana
Surabaya

HASAN SULAIMI
NIM : 171500013

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKUTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
2021**

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing dan layak untuk diuji :

Tanggal : 28 Mei 2021

Dosen Pembimbing I

Moch. Munir Rachman, Drs., Ec., M.Si., Dr
NPP: 1601751/DY

Dosen Pembimbing II

Edy Sulistiyawan,S.Si., M.Si., Dr
NPP: 0603512/DY

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Brand Image dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Garam Tole C.V Reka Cipta Indonesia

Identitas Mahasiswa

- a. Nama : Hasan Sulaimi
b. NIM : 171500013
c. Program Studi : Manajemen
d. Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas PGRI Adi Buana
Surabaya
e. Alamat e-mail : hasansulaimi@gmail.com

Surabaya, 08 Juni 2021

Dosen Pembimbing I

Moch. Munir Rachman, Drs., Ec., M.Si., Dr.

NPP: 1601751/DY

Surabaya, 08 Juni 2021

Dosen Pembimbing II

Edy Sulistiawan, S.Si., M.Si., Dr

NPP: 0603512/DY



BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Skripsi ini diterima dan disetujui oleh Panitia Ujian Skripsi Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya:

Pada Hari : Jum'at
Tanggal : 28 Mei
Tahun : 2020


Pengaji I
Dra. Hj. Yunisukandani, SE, MM.
NPP: 8611142/DY


Pengaji II
Fauziah, S.Si., M.Si
NPP: 1504721/DY

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Hasan Sulaimi

NIM : 171500013

Program Study : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian (skripsi) saya dengan judul : " Pengaruh *Brand Image* dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Garam Tole C.V Reka Cipta Indonesia" yang saya usulkan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Tahun Akademik 2020/2021 bersifat original. Bilamana kemudian hari ditemukan Ketidak sesuaian dengan pernyataan ini (ditemukan unsur plagiasi) maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan hukum berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya.

Surabaya 10, Mei 2021
Mahasiswa,



KATA PENGANTAR

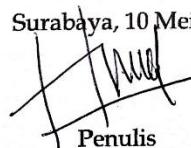
Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan kemudahan-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan proposal penelitian dengan judul "Pengaruh Brand Image dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Garam Tole C.V Reka CIpta Indonesia"

Dalam penyusunan proposal penelitian ini, penulis mendapatkan banyak bantuan, dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. M. Subandowo, M.S. Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Drs. H. Teguh Purwanto, M.M. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. Bapak I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M. sebagai kaprodi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
4. Bapak Moch. Munir Rachman, Drs., Ec., M.Si., Dr. selaku dosen pembimbing 1 dan Bapak Edy Sulistiawan, S.Si., M.Si., Dr yang telah memberikan pengarahan, bimbingan, dan koreksi selama proses penyelesaian skripsi ini.
5. Segenap Dosen Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, khususnya para Bapak/Ibu yang telah membekali ilmu pengetahuan dan wawasan kepada penulis.
6. Kepada Pimpinan C.V REka Cipta Indonesia yang telah memberikan izin dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini dan memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis sehingga skripsi ini bisa selesai tepat waktu,
7. Kepada kedua orang tua saya yang sangat cintai yang selalu memberikan motivasi, dukungan, dan doa restu kepada saya dalam penyusunan skripsi ini,

8. Dan semua rekan seperjuangan Prodi Manajemen khususnya kelas G angkatan 2017 yang selalu menemani selama 4 tahun ini.

Dalam penulisan proposal penelitian ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang sangat penulis harapkan. Akhirnya penulis berharap semoga proposal penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Surabaya, 10 Mei 2021

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
KATA PENGANTAR.....	ii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat penelitian	4

BAB II TELAAH PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu	5
2.2 Landasan Teori	6
2.2.1 Manajemen Pemasaran	6
2.2.1.1 Pengertian Pemasaran	6
2.2.1.2 Konsep Pemasaran	7
2.2.1.3 Tujuan Pemasaran	8
2.2.2 Brand Image	9
2.2.2.1 Pengertian Brand Image	9
2.2.2.2 Faktor - Faktor Pembentuk Brand Image	10
2.2.2.3 Aspek-Aspek Brand Image	11
2.2.2.4 Indikator Brand Image	11
2.2.3 Promosi Penjualan	12
2.2.3.1 Pengertian Promosi Penjualan	12
2.2.3.2 Aktivitas Sales Promotion	13

2.2.3.3 Tujuan Promosi Penjualan	13
2.2.3.4 Indikator Promosi Penjualan	14
2.2.4 Keputusan Pembelian	15
2.2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian	15
2.2.4.2 Dimensi Keputusan Pembelian	16
2.2.4.3 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	17
2.2.4.4 Indikator Keputusan Pembelian Konsumen	18
2.3 Kerangka Konseptual	19
2.4 Hipotesis Penelitian	21

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian	25
3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	27
3.2.1 Populasi	27
3.2.2 Sampel	27
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel	28
3.3 Jenis dan Sumber Data	29
3.3.1 Jenis Data	29
3.3.2 Sumber Data	29
3.4 Teknik Pengumpulan Data	29
3.5 Prosedur Pengumpulan Data	31
3.6 Jadwal Waktu Pelaksanaan	31
3.7 Variabel Penelitian dan Devinisi Operasional Variabel	32
3.7.1 Variabel Penelitian	32
3.7.2 Definisi Operasional Variabel	32
3.8 Teknik Analisis Data	33
3.8.1 Pengujian Instrumen Penelitian	33
3.8.1.1 Uji Validitas	33
3.8.1.2 Uji Reabilitas	34
3.8.2 Pengujian Asumsi Klasik	34

3.8.2.1 Uji Normalitas	34
3.8.2.2 Uji Multikolinearitas	35
3.8.2.3 Uji Heteroskedastisitas	35
3.8.2.4 Uji Autokorelasi	36
3.8.3 Analisis Linier Berganda	36
3.8.4 Pengujian Hipotesis	37
3.8.4.1 Uji T (Parsial)	37
3.8.4.2 Uji F (Simultan)	38

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	39
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	39
4.1.2 Struktur Organisasi	39
4.2 Gambaran Umum Responden	40
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ...	41
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	41
4.3 Deskripsi Hasil Penelitian	42
4.3.1 Distribusi Frekuensi	42
4.3.1.1 Frekuensi Variabel Brand Image (X1)	43
4.3.1.2 Frekuensi Variabel Promosi Penjualan (X2)	46
4.3.1.3 Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	49
4.4 Analisis Data Penelitian	52
4.4.1 Uji Instrumen Penelitian	52
4.4.2 Persiapan Analisis Data	52
4.5 Pengujian Instrumen Penelitian	55
4.5.1 Uji Validitas	55
4.4.2 Uji Reabilitas	57
4.6 Uji Asumsi Klasik	58
4.6.1 Uji Normalitas	58
4.6.2 Uji Multikolinearitas	59
4.6.3 Uji Heteroskedestisitas	60

4.6.4 Uji Autokorelasi	61
4.7 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda	62
4.7.1 Pengujian Hipotesis	63
4.7.1.1 Uji t (Parsial)	63
4.7.1.2 Uji F (Simultan)	64
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian	65
4.8.1 Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian	65
4.8.2 Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian	66
4.8.3 Pengaruh Brand Image dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian	67
BAB V Kesimpulan Dan Saran	
5.1 Simpulan	69
5.2 Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	71

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	42
Tabel 4.3 Kategori Interval Frekuensi	43
Tabel 4.4 Frekuensi Jawaban Variabel Brand Image Indikator (Recognition) Pengakuan.....	43
Tabel 4.5 Frekuensi Jawaban Variabel Brand Image Indikator (Reputation) Perbuatan	44
Tabel 4.6 Frekuensi Jawaban Variabel Brand Image Indikator (Affinity) Ketertarikan	45
Tabel 4.7 Frekuensi Jawaban Variabel Brand Image Indikator (Domain) Nama Unik	46
Tabel 4.8 Frekuensi Jawaban Variabel Promosi Penjualan Indikator Potongan Harga.....	47
Tabel 4.9 Frekuensi Jawaban Variabel Promosi Penjualan Indikator Kupon Belanja	48
Tabel 4.10 Frekuensi Jawaban Variabel Promosi Penjualan Indikator Penjualan Langsung	48
Tabel 4.11 Frekuensi Jawaban Variabel Keputusan Pembelian Indikator (Produc Choise) Pilihan Merek	49
Tabel 4.12 Frekuensi Jawaban Variabel Keputusan Pembelian Indikator (Dealer Choise) Pilihan Penyalur	50
Tabel 4.13 Frekuensi Jawaban Variabel Keputusan Pembelian Indikator (Purchase Amount) Jumlah Pembelian	51
Tabel 4.14 Hasil Tabel Persiapan Analisis Data	52
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Variabel	56
Tabel 4.16 Hasil Uji Realibilitas Variabel X dan Y	58
Tabel 4.17 Hasil Uji Normalitas	59
Tabel 4.18 Hasil Uji Multikolinearitas	60
Tabel 4.19 Hasil Uji Glejser	60

Tabel 4.20 Hasil Uji Autokorelasi.....	61
Tabel 4.21 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	62
Tabel 4.22 Hasil Uji t	63
Tabel 4.23 Hasil Uji F	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	20
Gambar 3.1 Rancangan Penelitian	26
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	40

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Keterangan Ijin Penelitian
- Lampiran 2 : Lembar Persetujuan Dosen Pembimbing
- Lampiran 3 : Berita Acara Bimbingan Skripsi
- Lampiran 4 : Berita Acara Ujian Proposal Skripsi
- Lampiran 5 : Dokumentasi Penyebaran Kuisioner
- Lampiran 6 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 7 : Tabulasi Jawaban Responden
- Lampiran 8 : Rekapitulasi Total Skor Jawaban Responden
- Lampiran 9 : Hasil *Output* SPSS