



**UNIVERSITAS
PGRI ADI BUANA
SURABAYA**

SKRIPSI

**Pengaruh Citra Merek dan Promosi Terhadap
Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Ignis
pada Konsumen Dealer UMC Suzuki A.Yani
Surabaya**

Muthi Resianto
151500082

Dosen Pembimbing
Drs. I Ketut Surabagiarta, SE, MM
Sutama Wisnu J,SE,MM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
2019**

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : I Made Bagus D., SE., MM.
Jabatan : Kepala Lab. Kewirausahaan

Menyatakan bahwa :

Nama : Muthi Resianto
NIM : 151500082
Prodi : Manajemen

telah melakukan uji plagiasi dengan judul artikel Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Ignis di UMC Suzuki, dengan hasil 19,89 % Similarities.

Demikian surat pernyataan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 16 Juli 2019

Kepala Laboratorium,



I Made Bagus D., SE., MM.

**PENGARUH CITRA MEREK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL
SUZUKI IGNIS PADA KONSUMEN DEALER UMC
SUZUKI A.YANI SURABAYA**

SKRIPSI

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

**MUTHI RESIANTO
151500082**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
2019**

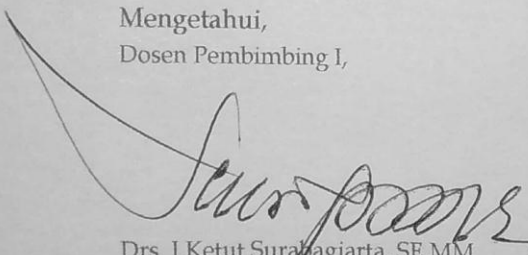
LEMBAR PERSETUJUAN

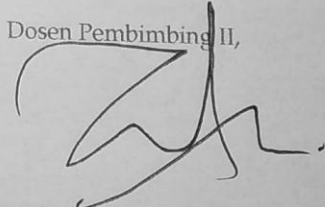
Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing dan layak untuk diuji :

Tanggal: 15-07-2019

Mengetahui,
Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,


Drs. I Ketut Surahagiarta, SE,MM
NPP: 1701834/ DY


Sutama Wisnu D., SE,MM
NPP:1507732/ DY

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Ignis pada Konsumen Dealer UMC Suzuki A.Yani Surabaya

Identitas Mahasiswa

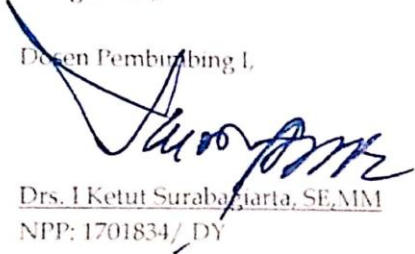
- a. Nama : Muthi Resianto
- b. NIM : 15-150-0082
- c. Program Studi : Manajemen
- d. Fakultas : Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
- e. E-mail : muthiketua13@gmail.com

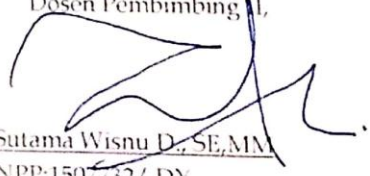
Mengetahui,

Surabaya, 12 Agustus 2019

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,


Drs. I Ketut Surabartata, SE,MM
NPP: 1701834/ DY


Sutarna Wisnu D., SE,MM
NPP:1507732/ DY

Menyetujui,


Fakultas Ekonomi,
Prof. Sri Likhoro, M.Si
NPP: 108710191992032001

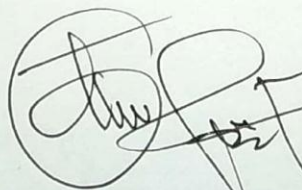

Ketua Program Studi,
Tony Susilo W., SE,MPd,MSM
NPP: 070494/ DY

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

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

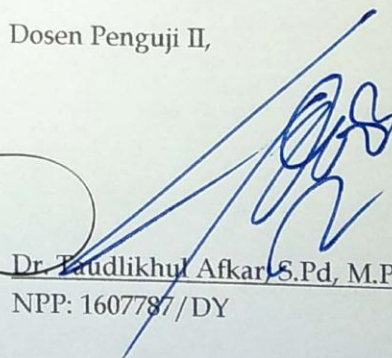
Hari : Jum'at
Tanggal : 26 Juli
Tahun : 2019

Dosen Penguji I,



Teguh Purwanto, MM.
NIP: 196012221990031001

Dosen Penguji II,



Dr. Taudlikhul Afkar, S.Pd, M.Pd
NPP: 1607787/DY

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muthi Resianto
NIM : 151500082
Program Studi : Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi
Buana Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian (skripsi) saya dengan judul : "Pengaruh Citra Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Ignis pada Konsumen Dealer UMC Suzuki A.Yani Surabaya" yang saya usulkan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelas Sarjana Manajemen (SM) Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya tahun Akademik 2018/2019 bersifat original.

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini (ditemukan unsur plagiasi), maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 2019

Mahasiswa,



Muthi Resianto

NIM : 151500082

PRAKATA

Alhamdulillah Robbil'alamin, puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT dengan segala limpahan petunjuk dan bimbingan serta berbagai kenikmatan yang telah diberikan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: **"Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Ignis pada Konsumen Dealer UMC Suzuki A.Yani Surabaya"**.

Selama proses penulisan hingga terselesaikannya skripsi ini, penulis banyak mendapat motivasi dan dukungan dari beberapa pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Drs. H.Djoko Adi Waluyo, ST, MM, DBA selaku Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Ibu Dra. Siti Istikhoroh Msi selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. Bapak Tony Susilo Wibowo, SE, Mpd, MSM selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
4. Bapak Drs. I Ketut Surabagiarta, SE, MM dan Bapak Sutama Wisnu J,SE,MM selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan koreksi dan membantu selama melakukan penulisan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, atas pendidikan selama dibangku kuliah.
6. Kepada Pimpinan PT. UMC Suzuki A.Yani Surabaya yang telah memberi ijin penelitian kepada penulis hingga skripsi ini selesai tepat waktu.
7. Kepada kedua orang tua saya yang telah mendukung serta selalu percaya kepada saya dan tak lupa (alm) adik saya

tercinta yang telah menjadi motivasi selama pengerjaan skripsi ini.

8. Teman-teman Manajemen Pemasaran, terima kasih atas support dan segala bantuan dari kalian, apapun itu bentuknya.
9. Teman seperjuangan Manajemen E, terima kasih atas semangat dan pengalamannya selama kuliah. Semoga tali silaturahmi tetap terjalin dan semoga kita menjadi orang yang sukses.
10. Adik-adikku yang terkasih Zee, Mita, Novita terima kasih atas dukungan, semangat dan canda tawa kalian selama ini. Semoga tali silaturahmi terus terjalin.
11. Yang tersayang Sooyaa, terima kasih telah memberikan semangat, dukungan, kasih sayang serta motivasi yang tiada henti.
12. Responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian.
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih atas bantuannya dalam penyelesaian skripsi ini.

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

Surabaya, 24 Januari 2019
Penulis,

Muthi Resianto
NIM. 151500082

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Berita Acara Ujian Skripsi	iii
Surat Pernyataan Keaslian	iv
Prakata	v
Abstrak.....	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Lampiran.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1. Manfaat Teoritis	6
1.4.2. Manfaat Praktis	6
BAB II TELAAH PUSTAKA	7
2.1. Penelitian Terdahulu.....	7
2.2. Landasan Teori	11
2.2.1. Grand Theory, Middle-Range Theory, Applied Theory	11
2.3. Manajemen Pemasaran	13
2.3.1. Pengertian Manajemen.....	13
2.3.2. Fungsi Manajemen.....	13
2.3.3. Pengertian Pemasaran	15
2.3.4. Pengertian Manajemen Pemasaran	15

2.3.5. Citra Merek	16
2.3.5.1. Pengertian Merek.....	16
2.3.5.2. Manfaat Merek	19
2.3.5.3. Karakteristik Merek.....	19
2.3.5.4. Pengertian Citra Merek	20
2.3.5.5. Manfaat Citra Merek.....	21
2.3.5.6. Indikator Citra Merek.....	22
2.3.6. Promosi.....	23
2.3.6.1. Pengertian Promosi.....	23
2.3.6.2. Tujuan Promosi	25
2.3.6.3. Tahap Proses Promosi	28
2.3.6.4. Indikator Promosi	28
2.3.7. Perilaku Konsumen.....	29
2.3.7.1. Pengertian Perilaku Konsumen	29
2.3.7.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	30
2.3.8. Keputusan Pembelian	36
2.3.8.1. Pengertian Keputusan Pembelian	36
2.3.8.2. Tahap Dalam Proses Keputusan Pembelian.....	37
2.3.8.3. Indikator Keputusan Pembelian.....	39
2.4. Kerangka Konseptual	41
2.5. Hipotesis.....	42
BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1. Rancangan Penelitian	45
3.2. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	47
3.2.1. Populasi.....	47
3.2.2. Sampel	47
3.2.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	48
3.3. Jenis dan Sumber Data	49
3.3.1. Jenis Data.....	49

3.3.2. Sumber Data.....	49
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.4.1. Teknik Mengumpulkan Data.....	50
3.4.2. Prosedur Pengumpulan Data	51
3.4.3. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	52
3.4.3.1. Lokasi Penelitian.....	52
3.4.3.2. Waktu Penelitian	52
3.5. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.	52
3.5.1. Variabel Penelitian.....	52
3.5.2. Definisi Operasional Variabel.....	53
3.5.2.1. Citra Merek	53
3.5.2.2. Promosi.....	53
3.5.2.3. Keputusan Pembelian	54
3.6. Teknik Analisis Data	54
3.6.1. Pengujian Instrumen Penelitian.....	54
3.6.1.1. Uji Validitas.....	54
3.6.1.2. Uji Reliabilitas	55
3.6.2. Uji Asumsi Klasik	56
3.6.2.1. Uji Normalitas.....	56
3.6.2.2. Uji Multikolinieritas	57
3.6.2.3. Uji Autokorelasi.....	57
3.6.2.4. Uji Heterokedastisitas	58
3.6.3. Anaisis Regresi Linier Berganda.....	59
3.6.4. Pengujian Hipotesis	60
3.6.4.1. Uji t (parsial)	60
3.6.4.2. Uji F (simultan)	61
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	 63
4.1. Gambaran Umum.....	63
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	63
4.1.2. Visi dan Misi UMC Suzuki A.Yani.....	64

4.2. Deskripsi Hasil Penelitian.....	65
4.2.1. Karakteristik Responden	65
4.2.2. Distribusi Frekuensi Variabel Penelitian.....	67
4.3. Analisis Data Penelitian	71
4.3.1. Persiapan Analisis Data	71
4.3.2. Uji Instrumen Penelitian.....	73
4.3.3. Uji Asumsi Klasik.....	76
4.3.4. Uji Hipotesis.....	82
4.3.5. Analisis Koefisien Determinasi	85
4.3.6. Analisis Regresi Linier Berganda.....	86
4.4. Pembahasan Penelitian.....	87
4.4.1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Ignis Konsumen Dealer UMC Suzuki A.Yani Surabaya.....	87
4.4.2. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Ignis Konsumen Dealer UMC Suzuki A.Yani Surabaya.....	88
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	 91
5.1. Simpulan.....	91
5.2. Saran.....	91
 DAFTAR PUSTAKA	 93

DAFTAR TABEL

Tabel Halaman	
2.1	Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu 10
3.1	Skala Likert 51
3.2	Pengukuran Autokorelasi 58
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 65
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 66
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi 67
4.4	Distribusi Frekuensi Variabel Citra Merek 68
4.5	Distribusi Frekuensi Variabel Promosi 69
4.6	Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian 70
4.7	Persiapan Analisis Data 72
4.8	Uji Validitas 74
4.9	Uji Reliabilitas 75
4.10	Uji Normalitas 76
4.11	Uji Multikolinieritas 79
4.12	Uji Autokorelasi 81
4.13	Uji t Parsial 83
4.14	Uji F Simultan 84
4.15	Analisis Koefisien Determinasi 85
4.16	Analisis Regresi Linier Berganda 86

DAFTAR GAMBAR

Gambar Halaman	
2.1	Piramid Teori 12
2.2	Kerangka Konseptual..... 41
3.1	Rancangan Penelitian..... 46
4.1	Uji Normalitas dengan <i>P-P Plot of Regression Standardized Residual</i> 77
4.2	Uji Normalitas dengan Hsitogram..... 78
4.3	Uji Heterokedastisitas 80

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Keterangan Perizinan Penelitian
- Lampiran 2 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 : Hasil Tabulasi Kuesioner
- Lampiran 4 : Hasil Olah Data/Output SPSS
- Lampiran 5 : Daftar Hadir Seminar Proposal
- Lampiran 6 : Matrik Penelitian