

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, INOVASI PRODUK, PERSEPSI
HARGA PRODUK PELUMAS PERTAMINA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN DI PT GUNUNG MAS INDAH**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
guna menyelesaikan studi akhir dan untuk memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Stikubank
Semarang**



Disusun Oleh :

**Nama : Ulfa Nugroho Putri
NIM : 17.05.51.0045
Program Studi : S1 Manajemen**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS STIKUBANK (UNISBANK) SEMARANG**

2021

HALAMAN PERSETUJUAN



Skripsi ini telah memenuhi syarat dan kepada penyusun disetujui untuk mengikuti ujian pendarasan skripsi dengan Judul :

ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, INOVASI PRODUK, PERSEPSI HARGA PRODUK PELUMAS PERTAMINA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI PT GUNUNG MAS INDAH

Oleh :

Ulfa Nugroho Putri

17.05.51.0045

Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Ekonomika dan Bisnis

Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang

Semarang, 25 Februari 2021

Dosen Pembimbing



(Mulyo Budi Setiawan, SE., M.M)

NIDN : 0623036902

HALAMAN PENGESAHAN



Skripsi dengan judul :

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, INOVASI PRODUK, PERSEPSI
HARGA PRODUK PELUMAS PERTAMINA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN DI PT GUNUNG MAS INDAH**

Disusun oleh :

Nama : Ulfa Nugroho Putri

NIM : 17.05.51.0045

Program Studi : S1 Manajemen

Hasil penelitian dalam skripsi ini telah dipertahankan didepan Dewan Penguji Pendadaran Skripsi dan skripsi telah disahkan dan diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM) pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang pada tanggal :

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Dosen Pembimbing

(Merangkap Penguji I)

(Mulyo Budi Setiawan, SE., M.M.)

NIDN : 0623036902

Penguji II

(Dr. Euis Soliha, S.E., M.Si.)

NIDN : 0027037101

Penguji III

(Dr. Dra. Lie Liana, M.MSi.)

NIDN : 0603036501

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis

(Dr. Euis Soliha, S.E., M.Si.)

NIDN : 0027037101

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya :

Nama : Ulfa Nugroho Putri

NIM : 17.05.51.0045

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul : **ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, INOVASI PRODUK, PERSEPSI HARGA PRODUK PELUMAS PERTAMINA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI PT GUNUNG MAS INDAH** tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan, pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya aku seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri itu. Bila kemudiam hari terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dan hasil ujian skripsi ini.

Semarang, 25 Februari 2021

Yang Menyatakan,



(Ulfa Nugroho Putri)

MOTTO

“Bekerja keraslah untuk dunia mu, seolah-olah engkau hidup seribu tahun lagi dan kejarlah akhirat mu, seolah-olah engkau mati esok hari.”

– tanpa nama –

“Barangsiapa yang memberi kemudharatan kepada seorang muslim, maka Allah akan memberi kemudharatan kepadanya, barangsiapa yang merepotkan (menyusahkan) seorang muslim maka Allah akan menyusahkan dia.”

-Hadits riwayat Abu Dawud nomor 3635, At Tirmidzi nomor 1940 dan dihasankan oleh Imam At Tirmidzi-

HALAMAN PERSEMBAHAN

Selesainya skripsi ini dengan baik, tidaklah hanya karena penulis saja tetapi banyak pihak yang membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terutama penulis ucapkan syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Selain itu penulis juga ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Keluarga saya yang selalu menjadi pengingat semangat, memberikan perjuangan, dorongan, kasih sayang dan doa yang senantiasa selalu dipanjatkan demi keberhasilan dan kesuksesan saya.
2. Mulyo Budi Setiawan, SE., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan memberikan saran dalam menyelesaikan skripsi.
3. Sahabat-sahabat dan teman-teman saya, yang memberikan semangat dan dukungan luar biasa selama di perkuliahan ini. Semoga kita bisa sukses bersama.
4. Pihak-pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu per-satu, atas segala dukungan dan bantuan dalam penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi segala pihak yang berkepentingan.
5. Seluruh Dosen dan Staf Pengajar di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang yang memberikan ilmu kepada saya.
6. Almameter Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang yang saya banggakan, tempat mencari ilmu selama di perkuliahan ini.

Semarang, 25 Februari 2021

Penyusun,



(Ulfa Nugroho Putri)

ABSTRAK

Oleh :

Ulfa Nugroho Putri

17.05.51.0045

Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk menguji dan menganalisis seberapa berpengaruh variabel citra merek, inovasi produk, dan persepsi harga produk pelumas Pertamina terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT Gunung Mas Indah. Sampel yang digunakan adalah 96 orang atau responden, yaitu konsumen yang telah melakukan pembelian pelumas Pertamina di PT Gunung Mas Indah selama periode Januari 2019 – Juni 2020. Pengambilan data menggunakan kuesioner. Kemudian olah data yang digunakan untuk menganalisis adalah uji instrument, uji model, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menghasilkan data inovasi produk menjadi variabel yang dominan yaitu berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan untuk citra merek dan persepsi harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen PT Gunung Mas Indah.

Kata Kunci : Citra Merek, Inovasi Produk, Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

By :

Ulfa Nugroho Putri

17.05.51.0045

This research aims to test and analyze how influential the variables of brand image, product innovation, and price perceptions of Pertamina lubricant products on consumer purchasing decisions at PT Gunung Mas Indah. The sample used was 96 people or respondents, namely consumers who had purchased Pertamina lubricants at PT Gunung Mas Indah during the period January 2019 - June 2020. Data was collected using a questionnaire. Then the data processing used to analyze is the instrument test, model test, and hypothesis testing. The results of the study resulted in product innovation data being the dominant variable, which had a positive and significant effect on purchasing decisions. As for the brand image and price perception it has no significant effect on consumer purchasing decisions of PT Gunung Mas Indah

Keywords: Brand Image, Product Innovation, Price Perception, and Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: **“Analisis Pengaruh Citra Merek, Inovasi Produk, Persepsi Harga Produk Pelumas Pertamina terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di PT Gunung Mas Indah”**. Skripsi ini di susun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Sarjana Manajemen Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.

Dalam proses penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, penulis tidak lepas kendala. Kendala tersebut dapat di atasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Mulyo Budi Setiawan, SE., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan memberikan sarana dalam menyelesaikan skripsi.
2. Dr. H. Safik Faozi S.H., M.Hum., selaku Rektor Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang.
3. Dr. Euis Soliha, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang.
4. Sri Sudarsi, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang.
5. Keluarga, yang selalu memberikan do'a dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen, Karyawan, dan Staff Universitas Stikubank Semarang yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bantuan yang bermanfaat. Semoga dengan terselesainya penyusunan skripsi ini membawa banyak manfaat bagi penulis dan bagi para pembaca pada umumnya.
7. Teman–teman mahasiswa manajemen kelas malam angkatan 2017 yang telah memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini

8. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Semarang, 25 Februari 2021

Penyusun,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Ulfa' with a stylized flourish.

(Ulfa Nugroho Putri)

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI	iii
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	10
2.1 Tinjauan Pustaka.....	10
2.1.1 Perilaku Konsumen	10
2.1.2 Citra Merek.....	11
2.1.3 Inovasi Produk.....	13
2.1.4 Persepsi Harga	15
2.1.5 Keputusan Pembelian	16

2.2 Review Penelitian Terdahulu.....	18
2.3 Pengembangan Hipotesis	22
2.3.1 Citra Merek Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Pembelian	22
2.3.2 Inovasi Produk Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Pembelian..	23
2.3.3 Persepsi Harga Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Pembelian..	24
2.4 Model Penelitian	25
2.4.1 Model Grafis	25
2.4.2 Model Matematis	25
BAB III.....	27
METODE PENELITIAN	27
3.1 Obyek Penelitian	27
3.2 Populasi dan Sampel.....	27
3.2.1 Populasi	27
3.2.2 Sampel	27
3.3 Jenis dan Teknik Pengambilan Data	28
3.3.1 Jenis Data	28
3.3.2 Teknik Pengambilan Data	28
3.4 Skala Pengukuran.....	29
3.5 Definisi Konsep dan Operasional Variabel	30
3.6 Analisis Deskriptif	31
3.6.1 Deskripsi Responden	31
3.6.2 Deskripsi Variabel	31
3.7 Pengujian Instrumen	32
3.7.1 Uji Validitas	32
3.7.2 Uji Reliabilitas	33
3.8 Analisis Regresi Berganda	33
3.9 Uji Model	34
3.9.1 Uji F	34

3.9.2 Koefisien Determinasi (R^2)	34
3.10 Uji Hipotesis (Uji t)	35
BAB IV	37
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Deskripsi Responden.....	37
4.1.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
4.1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Golongan Konsumen.....	38
4.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Jangka Waktu Pembelian	39
4.2 Deskripsi Variabel	40
4.3 Pengujian Instrumen	43
4.3.1 Uji Validitas	43
4.3.2 Uji Reliabilitas	44
4.4 Hasil Uji Model	45
4.4.1 Uji F	45
4.4.2 Koefisien Determinasi (R^2)	46
4.4.3 Uji Hipotesis (Uji t).....	47
4.5 Analisis Regresi Berganda	48
4.6 Pembahasan.....	49
4.6.1 Citra Merek Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Pembelian	49
4.6.2 Inovasi Produk Berpengaruh Positif terhadap Keputusan Pembelian..	50
4.6.3 Persepsi Harga Berpengaruh Positif terhadap Keputusan Pembelian ...	51
BAB V.....	53
PENUTUP.....	53
5.1 Kesimpulan.....	53
5.2 Keterbatasan Penelitian	53
5.3 Implikasi Penelitian	54
5.3.1 Implikasi Praktis	54
5.3.2 Implikasi Teoritis	54

5.4 Rekomendasi Riset Mendatang	55
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN-LAMPIRAN	59

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data penjualan pelumas Pertamina PT Gunung Mas Indah.....	3
Tabel 2.1 Review Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1 Definisi Konsep dan Operasional Variabel.....	30
Tabel 4.1 Penyebaran Kuesioner.....	37
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Golongan Konsumen	38
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Jangka Waktu Pembelian.....	39
Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden Mengenai Citra Merek	40
Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden Mengenai Inovasi Produk	41
Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden Mengenai Persepsi Harga.....	42
Tabel 4.8 Hasil Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian.....	43
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	44
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	45
Tabel 4.11 Hasil Uji F.....	46
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisiensi determinasi (R^2).....	46
Tabel 4.13 Hasil Uji t.....	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Black Box Theory	11
Gambar 2.2 Model Grafis	25

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	60
Lampiran 2 Data Identitas.....	67
Lampiran 3 Data Tabulasi.....	71
Lampiran 4 Tabel Statistik Deskripsi Responden.....	84
Lampiran 5 Tabel Statistik Deskripsi Variabel.....	86
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas	95
Lampiran 7 Hasil Uji Reliabilitas	100
Lampiran 8 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	105
Lampiran 9 Catatan Konsultasi dan Bimbingan	107