

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA, DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN
(Studi pada Jasa EMKL di PT Kamadjaja Logistics)**

SKRIPSI

**MAYA TRI KURNIATI
2114000019**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2019**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA, DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN
(Studi pada Jasa EMKL di PT Kamadjaja Logistics)**

SKRIPSI

**MAYA TRI KURNIATI
2114000019**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2019**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA, DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN
(Studi pada Jasa EMKL di PT Kamadaja Logistics)**

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, Maret 2019



MAYA TRI KURNIATI
NPM 2114000019

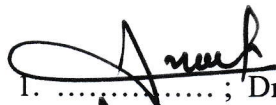



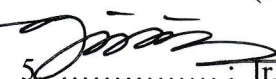
HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA, DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN
(Studi pada Jasa Logistik di PT Kamadjaja Logistcs)**

yang telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, pada tanggal 28 Maret 2019 dengan nilai A

Panitia Ujian Skripsi

1.  ; Drs. Sumitro, M.Sc
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  ; Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc
(Sekretaris Program Studi S-1 Manajemen)
3.  ; Ir. Dwi Windu Suryono, MS
(Dosen Pembimbing)
4.  ; Doddi Prastuti, SE, MBA
(Anggota Penguji)
5.  ; Ir. Ginanjar Syamsuar, ME
(Anggota Penguji)

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA, DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN
(Studi pada Jasa EMKL di PT Kamadjaja Logistics)**

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) di Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI). Skripsi ini ditulis di bawah bimbingan Bapak Ir. Dwi Windu Suryono, MS dan diketahui oleh Kepala Program Studi Strata 1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi di Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

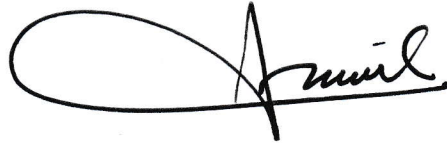
Jakarta, April 2019

Pembimbing,



Ir. Dwi Windu Suryono, MS

Kepala Program Studi S-1 Manajemen,



Drs. Sumitro, M.Sc

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA, DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN
(Studi pada Jasa EMKL di PT Kamadjaja Logistics)**

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, Maret 2019

MAYA TRI KURNIATI
NPM 2114000019

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA, DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN
(Studi pada Jasa EMKL di PT Kamadjaja Logistics)**

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) di Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI). Skripsi ini ditulis di bawah bimbingan Bapak Ir. Dwi Windu Suryono, MS dan diketahui oleh Kepala Program Studi Strata 1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi di Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, April 2019

Pembimbing,

Kepala Program Studi S-1 Manajemen,

Ir. Dwi Windu Suryono, MS

Drs. Sumitro, M.Sc

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA, DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN
(Studi pada Jasa EMKL di PT Kamadjaja Logistics)**

yang telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, pada tanggal 28 Maret 2019 dengan nilai A

Panitia Ujian Skripsi

1. ; Drs. Sumitro, M.Sc
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2. ; Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc
(Sekretaris Program Studi S-1 Manajemen)
3. ; Ir. Dwi Windu Suryono, MS
(Dosen Pembimbing)
4. ; Doddi Prastuti, SE, MBA
(Anggota Penguji)
5. ; Ir. Ginanjar Syamsuar, ME
(Anggota Penguji)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas ke hadirat Allah SWT atas berkat karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada:

1. Bapak Ir. Dwi Windu Suryono, MS selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Doddi Prastuti, SE, MBA dan Bapak Ir. Ginanjar Syamsuar, ME selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.
4. Bapak Drs. Sumitro, M.Sc, selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen.
5. Bapak Hendryadi atas waktu dan kesabaran yang telah diberikan untuk berdiskusi.
6. Pihak PT Kamadjaja Logistics Jakarta yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang peneliti perlukan.
7. Kedua orang tua dan segenap keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral.
8. Sahabat dan teman seperjuangan dalam menyelesaikan skripsi ini (Hana dan Septi) serta rekan kerja (Mba Dwi, Yulia, Agnes, Bila dan Ega) yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan atau kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta, April 2019

MAYA TRI KURNIATI
NPM 2114000019

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: Maya Tri Kurniati
NPM	: 2114000019
Program Studi	: S-1 Manajemen
Jenis Karya	: Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneklusif** (*Non-exclusive Royalty – Free Right*) atas skripsi saya yang berjudul :

PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN (Studi pada Jasa EMKL di PT Kamadjaja Logistics)

Dengan Hak Bebas Royalti Nonesklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia atau formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di	: Jakarta
Pada tanggal	: 28 Februari 2019

Yang menyatakan,

Maya Tri Kurniati

Maya Tri Kurniati

NPM : 2114000019

Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing :

Ir. Dwi Windu Suryono, MS

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA, DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN
(Studi pada Jasa EMKL di PT Kamadjaja Logistics)**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh langsung *brand image*, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian dan kepercayaan konsumen serta pengaruh tidak langsung *brand image*, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan konsumen pada pengguna jasa pengiriman cargo PT Kamadjaja Logistics Jakarta. Penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah konsumen yang tidak diketahui secara pasti sehingga diukur menggunakan sejumlah variabel yang diujikan dengan penggandaan 10 sampel per-variabel. Teknik pengambilan sampel menggunakan metoda *purposive (Judgement sampling)*. Sampel dalam penelitian sebanyak 50 konsumen yang menggunakan jasa pengiriman cargo PT Kamadjaja Logistics Jakarta selama 3 bulan terakhir (periode September - Desember 2018). Metoda analisis data yang digunakan adalah analisis jalur (*Path Analysis*).

Hasil penelitian dengan taraf nyata (α) 5% menunjukkan bahwa secara langsung variabel *brand image* dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen, sedangkan variabel harga pengaruhnya tidak signifikan terhadap kepercayaan konsumen. Selanjutnya, variabel kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sebaliknya variabel *brand Image*, harga dan promosi pengaruhnya tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Adapun secara tidak langsung menunjukkan variabel *brand image* dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan konsumen, tetapi variabel harga pengaruhnya menunjukkan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan konsumen.

Kata kunci : Brand Image, Harga, Promosi, Kepercayaan Konsumen, Keputusan Pembelian.

Maya Tri Kurniati
NPM : 2114000019
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing :
Ir. Dwi Windu Suryono, MS

***THE EFFECT OF BRAND IMAGE, PRICE, AND
PROMOTION ON CONSUMER PURCHASE AND
TRUST DECISIONS
(Study of Domestic Freight Forwarding Services at PT Kamadjaja Logistics)***

ABSTRACT

This study aims to determine how much the direct influence of brand image, price and promotion on purchasing decisions and consumer trust and the indirect influence of brand image, price and promotion on purchasing decisions through consumer trust in cargo shipping service users of PT Kamadjaja Logistics Jakarta. This study uses a non probability sampling technique. The population in this study is the number of consumers that are not known with certainty so that it is measured using a number of variables tested by doubling 10 samples per variable. The sampling technique uses purposive method (judgment sampling). Samples in the study were 50 consumers who used cargo shipping services of PT Kamadjaja Logistics Jakarta for the last 3 months (September - December 2018). The data analysis method used is Path Analysis.

The results of the study with a real level (α) of 5% indicate that directly brand image and promotion variables have a positive and significant effect on consumer trust, while the price variable has no significant effect on consumer trust. Furthermore, the variable consumer trust has a positive and significant influence on purchasing decisions, otherwise the brand image, price and promotion variables have no significant effect on purchasing decisions. As for indirectly indicate brand image and promotion variables have a positive and significant effect on purchasing decisions through consumer trust but, the variable price influence shows no significant effect on purchasing decisions through consumer trust.

Key Word : Brand Image, Price, Promotion, Trust, Consumen Decision.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMA JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu	7
2.2. Landasan Teori	14
2.2.1. Konsep pemasaran	14
2.2.2. <i>Brand image</i>	15
2.2.3. Harga	20
2.2.4. Promosi	24
2.2.5. Kepercayaan konsumen	29
2.2.6. Keputusan pembelian	30
2.3. Keterkaitan antar Variabel Penelitian	37
2.3.1. Pengaruh <i>brand image</i> terhadap kepercayaan konsumen	37

2.3.2. Pengaruh harga terhadap kepercayaan konsumen	38
2.3.3. Pengaruh promosi terhadap kepercayaan konsumen	38
2.3.4. Pengaruh kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian	39
2.3.5. Pengaruh <i>brand image</i> terhadap keputusan Pembelian	39
2.3.6. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.....	40
2.3.7. Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian.....	40
2.4. Pengembangan Hipotesis	42
BAB III METODA PENELITIAN	43
3.1. Strategi Penelitian	43
3.2. Populasi dan Sampel	43
3.2.1. Populasi penelitian	43
3.2.2. Sampel penelitian	44
3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data	46
3.4. Operasionalisasi Variabel	51
3.5. Metoda Analisis Data	53
3.5.1. Metoda pengolahan data	52
3.5.2. Metoda penyajian data	53
3.5.3. Analisis statistik data	54
BAB IV HASIL-HASIL PENELITIAN.....	62
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	62
4.2. Deskripsi Responden	63
4.3. Deskripsi Data	66
4.4. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	68
4.4.1. Uji validitas	68
4.4.2. Uji reliabilitas	70
4.5. Analisis Statistik Data	71

	Halaman
4.5.1. Analisis regresi dan persamaan struktural	71
4.5.2. Q^2 Predictive relevance	75
4.5.3. Effect size	75
4.5.4. Pengujian hipotesis	76
4.6. Temuan Hasil Penelitian	80
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	83
5.1. Simpulan	83
5.2. Saran..	83
5.2. Keterbatasan dan Pengembangan Penelitian.....	85
DAFTAR REFERENSI	86
LAMPIRAN	89

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Bobot Nilai Skala Likert.....	47
Tabel 3.2. Indikator Variabel Penelitian.....	50
Tabel 4.1. Data Responden Berdasarkan Posisi Jabatan	64
Tabel 4.2. Data Responden Berdasarkan Jenis Muatan	65
Tabel 4.3. Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian	70
Tabel 4.4. Hasil Uji Realibitas Instrumen Penelitian	70
Tabel 4.5. Hasil Nilai <i>Effect Size</i>	76

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Diagram Jalur Penelitian	41
Gambar 3.1. Diagram Jalur Persamaan Struktural Pertama	55
Gambar 3.2. Diagram Jalur Persamaan Struktural Kedua	55
Gambar 3.3. Diagram Jalur Penelitian Pengaruh Tidak Langsung	57
Gambar 4.1. Data Responden Berdasarkan Posisi Jabatan	64
Gambar 4.2. Data Responden Berdasarkan Jenis Muatan	65
Gambar 4.3. Diagram Skala Likert Variabel <i>Brand Image</i>	66
Gambar 4.4. Diagram Skala Likert Variabel Harga	66
Gambar 4.5. Diagram Skala Likert Variabel Promosi	67
Gambar 4.6. Diagram Skala Likert Variabel Kepercayaan Konsumen	67
Gambar 4.7. Diagram Skala Likert Variabel Keputusan Pembelian	68
Gambar 4.8. Diagram Jalur Penelitian	72
Gambar 4.9. Diagram Jalur Sub Struktur 1	72
Gambar 4.10. Diagram Jalur Sub Struktur 2	73

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	89
Lampiran 2. Struktur Organisasi PT Kamadajaja Logistics.....	93
Lampiran 3. Hasil Perhitungan Kuesioner Variabel <i>Brand Image</i> (X_1)	94
Lampiran 4. Hasil Perhitungan Kuesioner Variabel Harga (X_2)	96
Lampiran 5. Hasil Perhitungan Kuesioner Variabel Promosi (X_3).....	98
Lampiran 6. Hasil Perhitungan Kuesioner Variabel Kepercayaan Konsumen (Z)	100
Lampiran 7. Hasil Perhitungan Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian (Y)	102
Lampiran 8. Output Program SmartPLS	104
Lampiran 9. Surat Keterangan Penelitian	108
Lampiran 10. Daftar Riwayat Hidup Peneliti	109