

2715/UN40.F2.10/PT/2021

**PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA KECAP KHAS
MAJALENGKA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KOTA
MAJALENGKA
SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Persyaratan untuk Mendapat Gelar Sarjana Pariwisata



Cindana Tri Nurratna

1700508

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN INDUSTRI KATERING
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL**

UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA

Cindana Tri Nurratna, 2021

*PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA KECAP KHAS MAJALENGKA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI KOTA MAJALENGKA*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA KECAP KHAS MAJALENGKA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KOTA MAJALENGKA

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh pembimbing

Pembimbing 1



Dewi Turgarini, S.S., MM.Par
NIP 197003202008122001

Pembimbing 2



Dias Pratami Putri S.Pd., M.Si
NIP 920200419919015201

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen Industri Katering



Dr. Dewi Turgarini, S.S., M.M.Par.
NIP 19700320200812200

PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA KECAP KHAS MAJALENGKA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KOTA MAJALENGKA

Cindana Tri Nurratna
1700508

Abstrak

Latar belakang penelitian ini berdasarkan dari data kurangnya minat masyarakat Majalengka terhadap produk kecap asli Majalengka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh cita merek dan harga kecap khas majalengka terhadap keputusan pembelian di kota majalengka. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode analisis statistik deskriptif dan verifikasi yang menggambarkan dan memaparkan pengaruh variabel independen (X) yaitu citra merek dan harga terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Responden dari penelitian ini sebanyak 110 responden dengan teknik purposive sampling. Hasil dari penelitian ini memperlihatkan bahwa citra merek dan harga memiliki tingkat korelasi yang kuat serta berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kesimpulan dari penelitian ini adalah variabel citra merek memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian begitupun dengan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, namun terdapat kurangnya minat konsumen untuk memakai kecap segitiga sebagai kebutuhan sehari-sehari. Rekomendasi dari penelitian ini adalah perusahaan harus memperhatikan dan mengembangkan bidang ataupun sektor lain selain citra merek dan harga untuk meningkatkan ketertarikan konsumen terhadap kecap segitiga Majalengka.

Kata Kunci: citra merek, harga, keputusan pembelian

Cindana Tri Nurratna, 2021

*PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA KECAP KHAS MAJALENGKA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI KOTA MAJALENGKA*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

**PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA KECAP KHAS MAJALENGKA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KOTA MAJALENGKA**

Cindana Tri Nurratna
1700508

Abstract

The background of this research is based on the data on the lack of interest of the Majalengka community towards Majalengka's original soy sauce products. This study aims to determine the effect of brand image and price of Majalengka soy sauce on purchasing decisions in Majalengka. The method used is quantitative with descriptive statistical analysis and verification methods that describe and explain the influence of the independent variable (X) is brand image and price on the dependent variable (Y) is purchasing decisions. The analysis used is multiple linear regression analysis. Respondents from this study were 110 respondents with purposive sampling technique. The results of this study show that brand image and price have a strong correlation level and have a significant effect on purchasing decisions. The conclusion of this study is that the brand image variable has a significant influence on purchasing decisions as well as the price has a significant influence on purchasing decisions, but there is a lack of consumer interest in using soy sauce as a daily necessity. The recommendation from this research is that the company must pay attention to develop other fields or sectors besides brand image and price to increase consumer interest in the Majalengka original soy sauce.

Keywords: brand image, price, purchasing decisions

Cindana Tri Nurratna, 2021

*PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA KECAP KHAS MAJALENGKA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI KOTA MAJALENGKA*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Kata Pengantar

Puji dan syukur penulis sampaikan kepada Allah Swt., atas segala karunianya sehingga skripsi ini dengan judul “Pengaruh Citra Merek Dan Harga Kecap Segitiga Majalengka Terhadap Keputusan Pembelian di Kota Majalengka” dapat diselesaikan. Salawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan kita semua Rasulullah Muhammad Saw.

Penulisan skripsi ini diajukan sebagai tugas akhir untuk mendapatkan gelar Sarjana Pariwisata (S.Par) pada program studi Manajemen Industri Katering, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung. penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan penulis dalam penguasaan pengetahuan yang dimiliki dan kondisi lingkungan saat ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran dan masukan serta kritik yang membangun dari berbagai pihak.

Semoga Allah Swt., melimpahkan rahmat dan karunianya serta membalas semua kebaikan semua pihak yang telah membantu dan terlibat dalam penyusunan skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis, para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang Manajemen Industri Katering.

Bandung, 27 Agustus 2021



Cindana Tri Nurratna

Ucapan Terima Kasih

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya peran dan dukungan dari berbagai pihak baik waktu, tenaga, dan materi. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan banyak kata terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini kepada:

- 1) Allah Swt., dengan segala rahmat serta karunia-Nya yang telah memberikan kekuatan dan keikhlasan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
- 2) Nabi Besar Rasulullah Muhammad saw., Sang Pencerah Zaman. Salawat dan salam semoga terlimpahkan kepada beliau.
- 3) Orang tua penulis, Alm. Bapak Yayat Nurhayat dan Ibu Dedeh Ratnadiana. Terima kasih atas doa dan dukungan tanpa henti, didikan, nasihat, serta dukungan material. Kerja keras untuk pengorbanan yang besar demi kelancaran studi dan skripsi penulis dengan penuh kesabaran dan keikhlasan. Semoga Allah Swt., senastiasa membalas kebaikan Ibu dan Bapak,
- 4) Prof.Dr.H.M. Solehuddin, M.Pd., M.A., selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
- 5) Dewi Turgarini, S.S., M.M.Par., selaku Ketua Program Studi Manajemen Industri Katering serta selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah banyak memberikan didikan, saran, masukan yang membangun sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini hingga akhir.
- 6) Dias Pratami Putri S.Pd., M.Si., selaku Dosen Pembimbing II yang juga telah memberikan banyak masukan dan semangat untuk penulis menyelesaikan skripsi ini
- 7) Dosen dan Staf pengajar Program Studi Manajemen Industri Katering yang telah memberi ilmu serta mendidik penulis untuk mendapat ilmu yang lebih baik lagi.
- 8) Kakak penulis, Ari Fitriaturahman, Bagus Dwi Apriyantda, Dania Kurniati serta Dabirul Islam yang telah memberikan dukungan moral dan juga material.
- 9) Keluarga besar Tamyiz Iskandar, terima kasih telah memberikan banyak semangat kepada penulis.
- 10) Ricky Pratama, Ammar Hanif, Ibrahim Hisyam, Durrotul Hikmah, Allya Najhan, Mawar putih dan teman teman seperjuangan di Manajemen Industri Katering 2017, terima kasih telah menemani penulis selama menjalani masa studi di Program Studi Manajemen Industri Katering, serta membantu dan memberi banyak semangat kepada penulis untuk menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

- 11) Sinta Regita, Nofira Permata, Vemylia Rizki, Fasya ananda, Tyesa Syadzagaidha, Serta Edelya Excelinda. Terima kasih selalu membawa suasana menyenangkan untuk penulis agar bisa tetap menjaga semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
- 12) Kakak tingkat di Program Studi Manajemen Industri Katering, yang telah memberi arahan dan bimbingan kepada penulis selama menjalani masa studi di Universitas Pendidikan Indonesia.
- 13) seluruh responden penelitian skripsi ini, terima kasih telah membantu penulis untuk menyelesaikan penelitian skripsi ini.

Akhirnya, penulis mempersembahkan karya tulis ilmiah ini dengan menyadari kekurangan dan keterbatasan kemampuan penulis. Penulis memohon maaf atas segala kesalahan dan hal-hal yang kurang berkenan karena skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan agar ke depannya bisa lebih baik lagi.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat tidak hanya bagi penulis, tetapi juga untuk para pembaca yang berjalan di bidang pariwisata, khususnya bauran pemasaran dan keputusan pembelian.

Bandung, 27 Agustus 2021



Cindana Tri Nurratna

Cindana Tri Nurratna, 2021

PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA KECAP KHAS MAJALENGKA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KOTA MAJALENGKA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Daftar Isi

Kata Pengantar	v
Daftar Tabel	12
Daftar Gambar	13
BAB 1 PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1. Latar Belakang.....	Error! Bookmark not defined.
1.2. Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3. Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.4. Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB 2 TINJAUAN TEORI.....	Error! Bookmark not defined.
2.1. Kajian Teori	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Definisi Pariwisata	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 Citra Merek	Error! Bookmark not defined.
2.1.4 Harga.....	Error! Bookmark not defined.
2.2. Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.3. Kerangka Pikir.....	Error! Bookmark not defined.
BAB 3 METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2. Metodologi Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3. Jenis dan Metode yang digunakan	Error! Bookmark not defined.
3.4. Operasionalisasi Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
3.5. Alat dan Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.6. Jenis dan Sumber Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.7. Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.7.1 Populasi.....	Error! Bookmark not defined.
3.7.2 Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
3.7.3 Teknik Penarikan Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
3.8. Hasil Pengujian Validitas dan Reabilitas.....	Error! Bookmark not defined.
3.9. Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.10. Teknik Analisis Data dan Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
3.10.1 Analisis Deskriptif.....	Error! Bookmark not defined.
3.10.2 Analisis Data Verifikasi.....	Error! Bookmark not defined.

3.11 Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
1. Uji F (Uji Keberartian Regresi)	Error! Bookmark not defined.
2. Uji T (Uji Keberartian Korelasi)	Error! Bookmark not defined.
3.12 Tahapan Dalam Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.1.1 Kecap Segitiga Majalengka.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.2 Kecap Bango.....	Error! Bookmark not defined.
4.2 Karakteristik Responden	Error! Bookmark not defined.
4.3 Hasil Analisis Deskriptif.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.1 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Harga	Error! Bookmark not defined.
4.3.3 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian...	Error! Bookmark not defined.
4.4 Hasil Analisis Verifikasi	Error! Bookmark not defined.
4.4.1 Koefisien Korelasi	Error! Bookmark not defined.
4.4.2 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	Error! Bookmark not defined.
4.5 Hasil Uji Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
4.5.1 Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji F).....	Error! Bookmark not defined.
4.5.2 Uji Signifikansi Secara Partial (Uji T)	Error! Bookmark not defined.
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.6.1 Tingkat Pengaruh Variabel Citra Merek	Error! Bookmark not defined.
4.6.2 Persepsi Konsumen terhadap Kecap Segitiga Majalengka.	Error! Bookmark not defined.
4.6.3 Faktor yang Mempengaruhi Citra Merek.....	Error! Bookmark not defined.
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....	Error! Bookmark not defined.
5.1 Simpulan	Error! Bookmark not defined.
5.2 Saran	Error! Bookmark not defined.
Daftar Rujukan.....	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN 1 KUISONER PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN 2 Hasil Uji Validitas Variabel X dan Y.....	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN 3 HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL X DAN Y.....	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN 4 DATA RESPONDEN	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN 5 DATA JAWABAN RESPONDEN TERHADAP VARIABEL X	Error! Bookmark not defined.

LAMPIRAN 6 DATA JAWABAN RESPONDEN TERHADAP VARIABEL Y	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN 7 TABEL T	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN 8 TABEL F.....	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN 9 LEMBAR BIMBINGAN	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN 10 PRODUK KECAP SEGITIGA	99
LAMPIRAN 11 SK PEMBIMBING	Error! Bookmark not defined.

Daftar Tabel

Tabel 1.1	Volume penjualan kecap di warung kelontong di Kabupaten Majalengka	4
Tabel 2.1	Penelitian terdahulu	12
Table 3.1	Operasional variabel	19
Tabel 3.2	Hasil Uji Validitas	30
Tabel 3.3	Hasil Uji Reliabilitas	33
Tabel 3.4	Kriteria Penafsiran Jawaban responden	35
Tabel 3.5	Interpretasi Koefisien Korelasi	37
Tabel 3.6	Tahapan Dalam Penelitian	40
Tabel 4.1	Variasi Rasa, Ukuran, dan Harga Kecap Segitiga	45
Tabel 4.2	Volume Penjualan Kecap Segitga dan Kecap Bango di Majalengka	47
Tabel 4.3	Perhitungan Skor Variabel Citra Merek	49
Tabel 4.4	Perhitungan Skor Variabel Harga	52
Tabel 4.5	Perhitungan Skor Variabel Keputusan Pembelian	54
Tabel 4.6	Koefisien Korelasi	58
Tabel 4.7	Interpretasi Koefisien Korelasi	58
Tabel 4.8	Model Regresi Berganda	59
Tabel 4.9	Hasil Uji Simultan (Uji F)	61
Tabel4.10	Hasil Uji Parsial (Uji T)	62

Daftar Gambar

Gambar 2.1	Kerangka Pikir	15
Gambar 3.1	Peta lokasi perusahaan Kecap Segitiga	17
Gambar 4.1	Lambang Perusahaan Kecap Segitiga	44
Gambar 4.2	Garis Kontinum Citra Merek	51
Gambar 4.3	Garis Kontinum Harga	54
Gambar 4.4	Garis Kontinum Keputusan Pembelian	57