



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, DAYA BELI, INOVASI
PRODUK, KEMENARIKAN PROMOSI, DAN PANGSA
PASAR TERHADAP EKSISTENSI SEMEN TIGA RODA
PADA PT. INDOCEMENT TUNGGAL PERKASA**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi syarat guna memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**

Disusun Oleh:

ANISATUN NUR SOLIKHATI

41220092

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
UNIVERSITAS PERADABAN
BUMIAYU
2024**



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, DAYA BELI, INOVASI
PRODUK, KEMENARIKAN PROMOSI, DAN PANGSA
PASAR TERHADAP EKSISTENSI SEMEN TIGA RODA
PADA PT. INDOCEMENT TUNGGAL PERKASA**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi syarat guna memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**

Disusun Oleh:

ANISATUN NUR SOLIKHATI

41220092

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
UNIVERSITAS PERADABAN
BUMIAYU
2024**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Dengan Judul **PENGARUH *BRAND IMAGE*, DAYA BELI, INOVASI PRODUK, KEMENARIKAN PROMOSI, DAN PANGSA PASAR TERHADAP EKSISTENSI SEMEN TIGA RODA PADA PT. INDOCEMENT TUNGGAL PERKASA**

Oleh

Nama : ANISATUN NUR SOLIKHATI

NIM : 41220092

Program Studi : SI Manajemen

Fakultas : Ekonomika Dan Bisnis

Telah dipertahankan di depan dewan penguji skripsi pada tanggal 14 bulan Agustus tahun 2024.

DEWAN PENGUJI

**Nama Penguji
Ketua Tim Penguji/Pembimbing**

Adi Susanto, S.H., S.Pd., M.M
NIDN. 0602028302



Dosen Penelaah/Penguji I

Mukhroji, S.E., M.M
NIDN. 0621058902

Dosen Penguji II

Dr. Sutarmin, S.Si., M.M
NIDN. 0621097401

Tanda Tangan



**Diterima dan disahkan
Pada tanggal 30 September 2024**

**Dekan
Fakultas Ekonomika dan Bisnis**

Mukhroji, S.E., M.M
NIPY. 16.02.120

**Ketua
Program Studi SI Manajemen**

Sarah Dien-Hawa, S.E., M.Si
NIPY. 16-01-101

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Anisatun Nur Solikhati

NIM : 41220092

Jurusan : Manajemen

Memaparkan dengan jujur, bahwa skripsi ini merupakan karya orisinal saya sepenuhnya dan tidak ada bagian dari tulisan atau pemikiran orang lain yang saya akui sebagai milik saya, kecuali disebutkan secara tertulis dalam naskah ini dan tercantum dalam daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari nanti terungkap atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini merupakan hasil plagiat, saya siap menerima konsekuensi berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh berdasarkan skripsi ini.

Paguyangan,

Yang Membuat Pernyataan



Anisatun Nur Solikhati

NIM. 41220092

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis di Universitas Peradaban.

Penghargaan dan terimakasih yang setulus-tulusnya tak hentinya penulis ucapkan kepada keluarga, terutama kepada Ibunda tercinta yang telah mencurahkan segenap cinta dan kasih sayang yang tiada tara menjadi alasan penulis untuk berjuang dan bertahan sampai detik ini dan sampai kapanpun, kemudian kepada ayah terkasih yang telah memberikan perhatian moril maupun materil. Tak lupa pula kepada adik-adik tersayang yang telah memberikan warna dalam hidup penulis. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat, kesehatan, karunia dan keberkahan di dunia dan di akhirat atas jasa yang telah diberikan kepada penulis.

Penulis juga menyadari bahwa dalam proses penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari pihak yang telah memberikan bimbingan, nasehat, bantuan, dan dorongan yang sangat berarti. Oleh, karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Moh. Kadarisman, S.H., M.Si., selaku Rektor Universitas Peradaban

2. Bapak Adi Susanto, S.H., S.Pd., M.M, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan dan membantu penulis dalam menyusun skripsi ini.
3. Bapak Mukhroji, S.E., M.M, yang merupakan Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban sekaligus bertindak sebagai penguji 1, yang telah memberikan banyak masukan berharga dan berkontribusi pada perbaikan penulisan skripsi ini.
4. Ibu Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si, sebagai Ketua Jurusan Prodi Manajemen, yang telah memberikan perhatian penuh motivasi, dan nasehat yang bermanfaat bagi penulis.
5. Dr. Sutarmin, S.Si., M.M selaku dosen penguji 2 yang telah memberikan arahan dan kontribusi dalam perbaikan penyusunan skripsi ini.
6. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban. Terimakasih atas pengetahuan dan pengalaman yang telah diberikan kepada penulis selama menyelesaikan studi ini.
7. Orang tua dan keluarga tercinta, yang selalu memberikan doa, dukungan, dan kasih sayang tiada henti.
8. Anisatun Nur Solikhati selaku penulis, yang telah berusaha menyelesaikan tugas akhir ini. Terimakasih yang telah menghormati, menyemangati dan mencintai diri ini selama perjalanan melelahkan ini. *You know you will get through it, and you deserve happiness. Remember there will always be hope. Proud of you.*
9. Sahabat kecil tersayang, Cunong dan Ndut yang selalu menjadi pengingat bagi penulis bahwa “*you’re not alone*”.

10. Teman-teman seperjuangan di Program Studi Manajemen Angkatan 2020 Kelas Karyawan, yang telah kebersamai selama penulis menempuh studi ini. Terimakasih atas cerita, canda tawa, suka duka yang telah dibagikan.
11. Responden yang bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner sebagai bahan penelitian ini.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan, yang telah memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, semoga Allah SWT membalas kebaikan seluruh pihak tersebut. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Bumiayu, 14 Agustus 2024

Penulis,

Anisatun Nur Solikhati

NIM. 41220092

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh *brand image*, daya beli, inovasi produk, kemenarikan promosi, dan pangsa pasar terhadap eksistensi Semen Tiga Roda pada PT. Indocement Tunggul Perkasa. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *convenience sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan metode survei melalui kuesioner yang disebarikan kepada 97 responden. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan alat analisis SPSS. Hasil penelitian ini menemukan bahwa variabel *brand image*, daya beli, dan kemenarikan promosi berpengaruh positif terhadap eksistensi produk Semen Tiga Roda, artinya semakin baik *brand image*, semakin tinggi daya beli, dan semakin menarik promosi yang dilakukan maka semakin besar kemungkinan produk Semen Tiga Roda meningkatkan eksistensi produknya. Sedangkan variabel inovasi produk dan pangsa pasar dalam penelitian ini tidak berpengaruh terhadap eksistensi produk Semen Tiga Roda. Hal tersebut menunjukkan bahwa meskipun inovasi produk dan pangsa pasar penting, namun bukanlah faktor utama untuk mempertahankan eksistensi produk Semen Tiga Roda.

Kata Kunci : *brand image*, daya beli, eksistensi produk, inovasi produk, kemenarikan promosi, pangsa pasar

ABSTRACT

This research aims to examine the influence of brand image, purchasing power, product innovation, attractiveness promotions, and market share on the existence of Semen Tiga Roda at PT. Indocement Tunggal Perkasa. The method used in this research is a quantitative method using non-probability sampling techniques with a convenience sampling method. Data collection was carried out using a survey method through questionnaires distributed to 97 respondents. Data analysis used in this research used multiple linear regression analysis with the SPSS 25 analysis tool. The result of this research found that the variables brand image, purchasing power, and promotional attractiveness had a positive effect on the existence of Semen Tiga Roda products, meaning that the better the brand image, the higher the purchasing power, and the more attractive the promotions carried out, the greater the possibility of Semen Tiga Roda products increasing existence of the product. Meanwhile, the product innovation and market share variabls in this research have no effect on the existence of Semen Tiga Roda products. This shows that although product innovation and market share are important, they are not the main factors in maintaining the existence of Semen Tiga Roda.

Keywords : *brand image, purchasing power, product innovation, attractiveness of promotions, market share.*

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PERUMUSAN MODEL PENELITIAN ...	12
A. Telaah Pustaka.....	12
1. Eksistensi Produk.....	12
2. Brand Image	15
3. Daya Beli.....	18
4. Inovasi Produk	20
5. Kemenarikan Promosi.....	23
6. Pangsa Pasar.....	26
B. Perumusan Model Penelitian.....	29

1. Penelitian Terdahulu	29
2. Perumusan Hipotesis.....	30
3. Model Penelitian	34
BAB III METODE PENELITIAN DAN TEKNIK ANALISIS DATA.....	35
A. Metode Penelitian.....	35
1. Jenis Penelitian.....	35
2. Lokasi Penelitian.....	35
3. Waktu penelitian	35
4. Populasi dan Sampel	35
5. Teknik Pengambilan Sampel.....	37
6. Sumber Data.....	37
7. Teknik Pengumpulan Data.....	38
8. Definisi Konsep dan Operasional Variabel.....	38
B. Teknik Analisis Data.....	41
1. Uji Instrumen	41
2. Analisis Deskriptif	43
3. Uji Asumsi Klasik.....	45
4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	46
5. Uji Hipotesis	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	50
1. Sejarah Singkat Perusahaan	50
2. Gambaran Umum Responden	54
B. Analisis Data dan Pembahasan	60
1. Uji Instrumen	60
2. Analisis Deskriptif	63

3. Uji Asumsi Klasik.....	71
4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	74
5. Uji Hipotesis	76
6. Pembahasan.....	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	92
A. Kesimpulan.....	92
B. Saran.....	93
C. Keterbatasan Penelitian	95
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN.....	101

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Top Brand Index Semen Tahun 2020-2023	3
Tabel 1.2 Data Laporan Penjualan dan Pendapatan Neto Semen Tiga Roda 2020-2023	3
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	39
Tabel 3.2 Keterangan Skor Jawaban Skala Likert	44
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	56
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Alamat	58
Tabel 4.5 Tabel Hasil Uji Validitas.....	60
Tabel 4.6 Tabel Hasil Uji Reliabilitas.....	62
Tabel 4.7 Jawaban Responden Untuk Variabel Eksistensi Produk (Y).....	63
Tabel 4.8 Jawaban Responden Untuk Variabel Brand Image (X1).....	64
Tabel 4.9 Jawaban Responden Untuk Variabel Daya Beli (X2).....	66
Tabel 4.10 Jawaban Responden Untuk Variabel Inovasi Produk (X3)	67
Tabel 4.11 Jawaban Responden Untuk Variabel Kemenarikan Promosi (X4).....	68
Tabel 4.12 Jawaban Responden Untuk Variabel Pangsa Pasar (X5).....	70
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov	71
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser	72
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	73
Tabel 4.16 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	74
Tabel 4.17 Hasil Uji F	78
Tabel 4.18 Hasil Koefisien Determinasi	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	34
Gambar 4.1 Logo Semen Tiga Roda.....	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	101
Lampiran 2. Tabulasi Data Variabel Eksistensi Produk (Y).....	106
Lampiran 3. Tabulasi Data Variabel <i>Brand Image</i> (X1).....	108
Lampiran 4. Tabulasi Data Variabel Daya Beli (X2)	110
Lampiran 5. Tabulasi Data Variabel Inovasi Produk (X3)	113
Lampiran 6. Tabulasi Data Variabel Kemenarikan Promosi (X4).....	115
Lampiran 7. Tabulasi Data Variabel Pangsa Pasar (X5).....	117
Lampiran 8. Hasil Uji Validitas Variabel Eksistensi Produk (Y)	120
Lampiran 9. Hasil Uji Validitas Variabel Brand Image (X1)	120
Lampiran 10. Hasil Uji Validitas Variabel Daya Beli (X2).....	121
Lampiran 11. Hasil Uji Validitas Variabel Inovasi Produk (X3)	121
Lampiran 12. Hasil Uji Validitas Variabel Kemenarikan Promosi (X4).....	122
Lampiran 13. Hasil Uji Validitas Variabel Pangsa Pasar (X5).....	122
Lampiran 14. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Eksistensi Produk (Y)	123
Lampiran 15. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Brand Image (X1)	123
Lampiran 16. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Daya Beli (X2).....	123
Lampiran 17. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Inovasi Produk (X3).....	124
Lampiran 18. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kemenarikan Promosi (X4)	124
Lampiran 19. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pangsa Pasar (X5)	124
Lampiran 20. Hasil Uji Analisis Deskriptif Eksistensi Produk (Y).....	125
Lampiran 21. Hasil Uji Analisis Deskriptif Brand Image (X1).....	126
Lampiran 22. Hasil Uji Analisis Deskriptif Daya Beli (X2).....	128

Lampiran 23. Hasil Uji Analisis Deskriptif Inovasi Produk (X3)	130
Lampiran 24. Hasil Uji Analisis Deskriptif Kemenarikan Promosi (X4).....	131
Lampiran 25. Hasil Uji Analisis Deskriptif Pangsa Pasar (X5).....	133
Lampiran 26. Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov	134
Lampiran 27. Hasil Uji Normalitas Histogram	135
Lampiran 28. Hasil Uji Normalitas Normal P-Plot.....	135
Lampiran 29. Hasil Uji Heteroskedastisitas Uji Glajser dan Scatterplot.....	136
Lampiran 30. Hasil Uji Multikolinearitas	137
Lampiran 31. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	137
Lampiran 32. Lampiran Daftar Riwayat Hidup Penulis	139