



**PENGARUH *BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY, SALES
PROMOTION, PERSONAL SELLING DAN ADVERTISING*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
LE MINERALE.**

SKRIPSI

Disusun Oleh:

NUR ROHMAH

41220120

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

UNIVERSITAS PERADABAN

BUMIAYU

2024



**PENGARUH *BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY, SALES
PROMOTION, PERSONAL SELLING DAN ADVERTISING*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
LE MINERALE.**

SKRIPSI

Disusun Oleh:

NUR ROHMAH

41220120

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

UNIVERSITAS PERADABAN

BUMIAYU

2024

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul : ***PENGARUH BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY, SALES PROMOTION, PERSONAL SELLING DAN ADVERTISING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LE MINERALE.***

Oleh

Nama : **NUR ROHMAH**
NIM : **41220120**
Program Studi : **S1 Manajemen**
Fakultas : **Ekonomika dan Bisnis**

Telah dipertahankan di depan dewan penguji Skripsi pada tanggal bulan 8 Juli tahun 2024

DEWAN PENGUJI

Nama Penguji

Ketua Tim Penguji/Pembimbing

Dr. Qori Al Banin, S.E., M.Si.

NIDN. 0607098601

Dosen 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 19 Agustus 2024

Dekan
Fakultas Ekonomika dan
Bisnis

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

Ketua
Program Studi S1 Manajemen

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

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nur Rohmah

NIM : 41220120

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, 08 Juli 2024

Yang membuat pernyataan



Nur Rohmah

NIM. 41220120

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas izin dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi S-1 Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

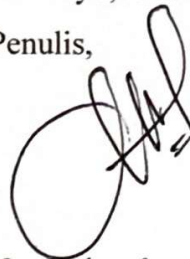
1. Bapak Dr. Muh. Kadarisman, S.H., M.Si., selaku Rektor Universitas Peradaban.
2. Bapak Mukhroji, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban.
3. Ibu Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban.
4. Ibu Dr. Qori Al Banin, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan ilmu dan masukan yang bermanfaat demi perbaikan penulisan skripsi ini.
5. Bapak 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. Terima kasih atas pengalaman dan pengetahuan yang telah didapatkan penulis selama menyelesaikan studi ini.
7. Bapak Muhammad Yatin dan Ibu Siti Juneroh, selaku orang tua penulis yang selalu memanjatkan doa dan selalu memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan studi dan dalam menyelesaikan proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas semua pengorbanan yang telah diberikan kepada penulis.
8. M Fahri albar dan seluruh keluarga peneliti yang selalu memberikan support dan motivasi tinggi dalam hal menuntut ilmu sehingga penulis bisa menyusun skripsi ini.

9. Sahabat-sahabatku Devia, Retga, Reva, Shofi, Liza, Zahrena, Anes serta teman-teman kelompok KKN karangjengkeng 2024 yang selalu mendukung, mendoakan dan membantu dalam banyak hal sehingga menjadi salah satu sebab adanya semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman Program Studi S1 Manajemen angkatan 2020. Terima kasih atas kebersamaan dan keceriaan selama penulis menempuh studi di Program Studi S-1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban.
11. Responden yang bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner sebagai bahan dalam penelitian ini dan berbagai pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, yang namanya tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.
12. *Last but not least, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for independence, for trying do more right than wrong, for having no days off, for never quitting, for just being me at all time.*

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Bumiayu, 08 Juli 2024

Penulis,



Nur Rohmah

NIM. 41220120

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji pengaruh *Brand Image, Product Quality, Sales Promotion, Personal Selling, Advertising* terhadap Keputusan Pembelian produk Le Minerale. Metode penelitian ini yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi di dalam penelitian ini adalah konsumen yang mengkonsumsi produk Le Minerale di seluruh Indonesia. Sampel yang diambil sebanyak 97 responden. Teknik pengumpulan sampel menggunakan teknik analisis data menggunakan teknik non *probability sampling* dengan metode *accidental sampling*. Data penelitian ini dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner kepada 97 responden dengan teknik analisis data regresi linear berganda dengan program SPSS versi 29. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *Brand image, Product quality, Sales promotion, Personal selling dan Advertising* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Le Minerale.

Kata Kunci: *Brand Image, Product Quality, Sales Promotion, Personal Selling, Advertising*, Keputusan Pembelian.

Abstract

This study aims to determine and test the influence of Brand Image, Product Quality, Sales Promotion, Personal Selling, Advertising on Purchase Decisions for Le Minerale products. The research method used in this research is a quantitative method. The population in this research are consumers who consume Le Minerale products throughout Indonesia. The sample taken was 97 respondents. The sample collection technique uses data analysis techniques using non-probability sampling techniques with accidental sampling methods. This research data was collected by distributing questionnaires to 97 respondents using multiple linear regression data analysis techniques with the SPSS version 29 program. The results of this research show that (1) Brand image, product quality, sales promotion, personal selling and advertising have a positive and significant effect on decisions. purchase le minerale product.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Sales Promotion, Personal Selling, Advertising, Purchasing Decisions.

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------------------------------|
| HALAMAN COVER..... | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | Error! Bookmark not defined. |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI..... | Error! Bookmark not defined. |
| KATA PENGANTAR | iii |
| Abstrak | v |
| <i>Abstract</i> | vi |
| DAFTAR ISI..... | vii |
| DAFTAR TABEL..... | ix |
| DAFTAR GAMBAR | x |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xi |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 10 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 11 |
| D. Manfaat Penelitian..... | 11 |
| BAB II TELAAH PUSTAKA DAN MODEL RUMUSAN PENELITIAN | 13 |
| A. Telaah Pustaka..... | 13 |
| 1. Keputusan Pembelian | 13 |
| 2. <i>Brand Image</i> | 15 |
| 3. <i>Product Quality</i> | 18 |
| 4. <i>Sales Promotion</i> | 20 |
| 5. <i>Personal Selling</i> | 24 |
| 6. <i>Advertising</i> | 27 |
| B. Perumusan Model Penelitian..... | 30 |
| 1. Penelitian terdahulu | 30 |

| | |
|---|----|
| 2. Perumusan Hipotesis | 35 |
| C. Kerangka Pemikiran | 40 |
| BAB III METODE PENELITIAN DAN TEKNIK ANALISIS DATA..... | 41 |
| A. Metode Penelitian | 41 |
| B. Teknik Analisis Data | 48 |
| 1. Uji Instrumen..... | 48 |
| 2. Analisis Deskriptif..... | 50 |
| 4. Analisis Regresi Berganda | 53 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 56 |
| A. Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 56 |
| 1. Sejarah Singkat Perusahaan..... | 56 |
| 2. Gambaran Umum Responden..... | 57 |
| B. Analisis Data dan Pembahasan..... | 61 |
| 1. Uji Instrumen..... | 61 |
| 2. Analisis Deskriptif..... | 63 |
| 3. Uji Asumsi Klasik | 68 |
| 4. Analisis Regresi Linier Berganda..... | 71 |
| 5. Uji Hipotesis..... | 72 |
| 6. Pembahasan | 75 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... | 81 |
| A. Kesimpulan..... | 81 |
| B. Saran | 82 |
| C. Keterbatasan Penelitian | 84 |
| DAFTAR PUSTAKA | 85 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1. Top Brand Index kategori Air Minum Tahun 2020-2023..... | 3 |
| Tabel 2. Kesenjangan hasil penelitian variabel Brand Image | 6 |
| Tabel 3. Kesenjangan hasil penelitian variabel Product Quality | 7 |
| Tabel 4. Kesenjangan hasil penelitian variabel Sales Promotion | 7 |
| Tabel 5. Kesenjangan hasil penelitian variabel Personal Selling..... | 8 |
| Tabel 6. Kesenjangan hasil penelitian variabel Advertising..... | 9 |
| Tabel 7. Definisi Operasional Variabel..... | 45 |
| Tabel 8. Keterangan Skor Jawaban Skala Likert | 50 |
| Tabel 9. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 58 |
| Tabel 10. Responden Berdasarkan Jenis Usia..... | 59 |
| Tabel 11. Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan..... | 60 |
| Tabel 12. Hasil Uji Validitas..... | 61 |
| Tabel 13. Hasil uji Reliabilitas..... | 62 |
| Tabel 14. Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)..... | 63 |
| Tabel 15. Jawaban Responden Untuk Variabel Brand Image (X1)..... | 64 |
| Tabel 16. Jawaban Responden Untuk Variabel Product Quality (X2) | 65 |
| Tabel 17. Jawaban Responden Variabel Sales Promotion (X3) | 66 |
| Tabel 18. Jawaban Responden Variabel Personal Selling (X4)..... | 66 |
| Tabel 19. Jawaban Responden Untuk Variabel Advertising (X5)..... | 67 |
| Tabel 20. Hasil Uji Normalitas | 68 |
| Tabel 21. Hasil Uji Heteroskedastisitas | 69 |
| Tabel 22. Hasil Uji Multikolinearitas | 70 |
| Tabel 23. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda..... | 71 |
| Tabel 24. Hasil Uji F | 74 |
| Tabel 25. Hasil Uji Koefisien Determinasi | 75 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1. Grafik Penjualan Data Penjualan Le Minerale Tahun 2021 | 3 |
| Gambar 2. Proses Keputusan Pembelian | 14 |
| Gambar 3. Kerangka Pemikiran..... | 40 |
| Gambar 4. Logo Le Minerale..... | 56 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-----|
| Lampiran 1. Kuesioner Penelitian..... | 91 |
| Lampiran 2. Tabulasi Data Keputusan Pembelian (Y) | 95 |
| Lampiran 3. Tabulasi Data Barand Image (X1)..... | 98 |
| Lampiran 4. Tabulasi Data Product Quality (X2)..... | 101 |
| Lampiran 5. Tabulasi Data Sales Promotion (X3)..... | 104 |
| Lampiran 6. Tabulasi Data Personal Selling (X4)..... | 107 |
| Lampiran 7. Tabulasi Data Advertising (X4) | 110 |
| Lampiran 8. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian | 113 |
| Lampiran 9. Hasil Uji Validitas Brand Image | 114 |
| Lampiran 10. Hasil Uji Validitas Product Quality..... | 115 |
| Lampiran 11. Hasil Uji Validitas Sales Promotion..... | 116 |
| Lampiran 12. Hasil Uji Validitas Personal Selling | 117 |
| Lampiran 13. Hasil Uji Validitas Advertising | 118 |
| Lampiran 14. Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian | 119 |
| Lampiran 15. Hasil Uji Reliabilitas Brand Image..... | 120 |
| Lampiran 16. Hasil Uji Reliabilitas Product Quality | 121 |
| Lampiran 17. Hasil Uji Reliabilitas Sales Promotion | 122 |
| Lampiran 18. Hasil Uji Reliabilitas Personal Selling | 123 |
| Lampiran 19. Hasil Uji Reliabilitas Advertising..... | 124 |
| Lampiran 20. Hasil Uji Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian | 125 |
| Lampiran 21. Hasil Uji Analisis Deskriptif Brand Image | 127 |
| Lampiran 22. Hasil Uji Analisis Deskriptif Product Quality..... | 129 |
| Lampiran 23. Hasil Uji Analisis Deskriptif Sales Promotion..... | 130 |
| Lampiran 24. Hasil Uji Analisis Deskriptif Personal Selling | 131 |
| Lampiran 25. Hasil Uji Analisis Deskriptif Advertising | 132 |
| Lampiran 26. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov | 133 |
| Lampiran 27. Hasil Uji Normalitas Histogram dan Normal P-Plot..... | 134 |
| Lampiran 28. Hasil Uji Heteroskedastisitas metode Glajser dan Scatterplot | 135 |
| Lampiran 29. Hasil Uji Multikolonieritas..... | 136 |
| Lampiran 30. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda | 137 |