



**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DIMEDIASI  
OLEH CITRA MEREK PADA PRODUK UMKM  
GO-DHIN KERIPIK DAUN SINGKONG  
KECAMATAN TONJONG**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh**

**Gelar Sarjana Manajemen**

**Oleh:**

**DAVI AL FAQIH**

**41221002**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

**BUMIAYU**

**2025**



**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DIMEDIASI  
OLEH CITRA MEREK PADA PRODUK UMKM  
GO-DHIN KERIPIK DAUN SINGKONG  
KECAMATAN TONJONG**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh**

**Gelar Sarjana Manajemen**

**Oleh:**

**DAVI AL FAQIH**

**41221002**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

**BUMIAYU**

**2025**

## HALAMAN PENGESAHAN

**Skripsi dengan judul “PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DIMEDIASI OLEH CITRA MEREK PADA PRODUK UMKM GO-DHIN KERIPIK DAUN SINGKONG KECAMATAN TONJONG”**

Oleh

Nama : Davi AL Faqih

NIM : 41221002

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomika dan Bisnis

Telah dipertahankan di depan dewan penguji skripsi pada tanggal 21 bulan Agustus tahun 2025.

### DEWAN PENGUJI

**Nama Penguji**

**Ketua Tim/Pembimbing**

Sarah Dien Hawa., S.E., M.Si

NIDN. 0622059001



**Dosen Penguji I**

Dr. Qori Al Banin, SE., M.Si

NIDN. 0607098601



**Dosen Penguji II**

Siti Badiatul Umrah S.M., M.M.

NIDN. 0629039601



Diterima dan disahkan,  
pada tanggal September 2025

**Dekan**

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis**



Mukhlis, S.E., M.M.  
NIPY 16.02.120

**Ketua**

**Program Studi S1 Manajemen**



Sarah Dien Hawa., S.E., M.Si  
NIPY 06.08.101

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Davi Al Faqih

NIM : 41221002

Jurusan : Manajemen

Memaparkan dengan jujur, bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya 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 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, 4 September 2025

Yang membuat pernyataan



Davi Al Faqih

NIM. 41221002

## **MOTTO PERSEMBAHAN**

“Percayalah pada Allah yang abadi, jangan bergantung pada dunia yang fana”

**(QS. Al-Furqan : 58)**

“Hari ini harus lebih baik dari kemarin. Besok harus lebih baik dari hari ini”

**(Makoto Yuki)**

“Jika kamu punya waktu untuk bermimpi, gunakanlah untuk mencapainya!”

**(Gojo Satoru - Jujutsu Kaisen)**

“Waktu tidak peduli dengan rencana, tapi hasil tidak pernah mengkhianati proses dan setiap detik sebagai kesempatan untuk melangkah lebih jauh”

**(Penulis)**

Puji syukur kepada Allah SWT dengan kasih sayang-Nya memberikan nikmat yang hebat, memberi saya petunjuk dengan ilmu pengetahuan sehingga penulisan skripsi ini dapat selesai di waktu yang tepat. Tiada lembar skripsi yang paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan. Bismillahirrahmannirrahim, skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya tercinta bapak Abdul Karim dan Almarhumah ibu Sodikoh yang selalu menjadi penyemangat saya, yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta, dan selalu memberikan motivasi. Terimakasih untuk semua doa dan dukungan bapak dan ibu sehingga saya bisa berada di titik ini.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karuniaNya sehingga proposal skripsi dengan judul “Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Citra Merek Pada Produk Umkm Go-Dhin Keripik Daun Singkong Kecamatan Tonjong” dapat penulis selesaikan. Proposal penelitian ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan untuk mendapatkan 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, akan sulit bagi saya untuk menyelesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat, saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Assoc. Prof. Dr. 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 Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan serta memberikan masukan yang sangat bermanfaat dalam penulisan skripsi ini.
5. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Terimakasih atas pengalaman dan pengetahuan yang telah didapatkan penulis selama menyelesaikan studi ini.

6. Panutanku, Bapak Abdul Karim Terimakasih atas setiap doa, motivasi, perhatian, kasih sayang, serta dukungan dari segi finansial sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi hingga akhir.
7. Pintu surgaku, Almarhumah Ibunda Sodikoh. Terimakasih atas setiap semangat, ridho, perhatian, kasih sayang, dan doa demi keberhasilan penulis.
8. Adik dan Kakak perempuan, Naelan Falahy dan Dika Tuti Alawiyah. Terimakasih atas dukungan, bantuan, dan doa serta hiburan bagi penulis.
9. Untuk Saudara yang pernah begitu berarti dalam perjalanan ini, terimakasih atas segala kebaikan, dukungan, dan semangat yang pernah kau berikan. Meski kini kau telah tiada, kenangan tentangmu akan selalu hidup dalam langkahku. Doa terbaik selalu kupanjatkan untukmu, semoga damai menyertaimu di sana.
10. Teman-teman Program Studi S-1 Manajemen Angkatan 2021, terimakasih atas kebersamaan dan keceriaan selama penulis menempuh studi di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban.
11. Untuk Kharisma, terimakasih telah menemani setiap langkah dan memberi semangat dalam mengerjakan skripsi
12. Klub bola tercinta Manchester United, terima kasih telah mengajarkan arti kesabaran untuk semua kenangan, air mata, dan kebahagiaan. Dari Old Trafford hingga sudut hati penggemarmu di seluruh dunia.
13. Dan terakhir terimakasih untuk diriku sendiri, yang telah sejauh ini. Untuk tetap bangkit setiap terjatuh, untuk terus mencoba meski pernah gagal, dan untuk tidak pernah benar-benar menyerah. Setiap langkah kecilmu adalah kemenangan.

Akhir kata penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna.  
Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dalam pengembangan  
ilmu pengetahuan.

Paguyangan, 4 September 2025  
Penulis,

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'D' followed by 'a', 'l', 'F', 'a', 'q', 'i', 'h' in a cursive script.

Davi Al Faqih  
NIM.41221002

## ABSTRAK

Peningkatan jumlah produksi dan pendapatan UMKM GO-Dhin keripik daun singkong Kecamatan Tonjong menjadi fenomena keberlangsungan usahanya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan citra merek sebagai variabel mediasi. Data diperoleh dari 180 konsumen UMKM GO-Dhin keripik daun singkong yang dijadikan responden menggunakan kuesioner dan dianalisis dengan SEM melalui *SmartPLS*. Hasil analisis menunjukkan bahwa: 1) harga berpengaruh positif citra merek. 2) promosi berpengaruh positif terhadap citra merek. 3) kualitas produk berpengaruh positif terhadap citra merek. 4) citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian 5) harga tidak berpengaruh keputusan pembelian. 6) kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. 7) promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. 8) citra merek mampu memediasi pengaruh harga terhadap keputusan pembelian. 9) citra merek mampu memediasi pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian. 10) kualitas produk mampu memediasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci :** Keputusan Pembelian, Citra Merek, Harga, Promosi dan Kualitas Produk.

## **ABSTRACT**

*The increase in production volume and income of GO-Dhin cassava leaf chips UMKM in Tonjong Subdistrict has become a phenomenon in the sustainability of their business. This study aims to determine the influence of price, promotion, and product quality on purchasing decisions with brand image as a mediating variable. Data was collected from 180 consumers of GO-Dhin cassava leaf chips, who were selected as respondents using a questionnaire and analyzed using SEM via SmartPLS. The analysis results show that: 1) price has a positive effect on brand image. 2) promotion has a positive effect on brand image. 3) Product quality has a positive effect on brand image. 4) Brand image has a positive effect on purchasing decisions. 5) Price does not influence purchasing decisions. 6) Product quality has a positive effect on purchasing decisions. 7) Promotion has a positive effect on purchasing decisions. 8) Brand image can mediate the effect of price on purchasing decisions. 9) Brand image can mediate the influence of promotion on purchasing decisions. 10) Product quality can mediate the influence of product quality on purchasing decisions.*

**Keywords:** *Purchase Decision, Brand Image, Price, Promotion, and Product Quality.*

## DAFTAR ISI

|                                                            |      |
|------------------------------------------------------------|------|
| HALAMAN SAMPUL .....                                       | i    |
| HALAMAN JUDUL.....                                         | i    |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                                    | iii  |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....                          | iv   |
| MOTTO PERSEMBAHAN.....                                     | v    |
| KATA PENGANTAR.....                                        | vi   |
| ABSTRAK.....                                               | ix   |
| <i>ABSTRACT</i> .....                                      | x    |
| DAFTAR ISI.....                                            | xi   |
| DAFTAR TABEL .....                                         | xiv  |
| DAFTAR GAMBAR .....                                        | xvi  |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                                      | xvii |
| BAB 1 PENDAHULUAN .....                                    | 1    |
| PENDAHULUAN .....                                          | 1    |
| A. Latar Belakang .....                                    | 1    |
| B. Rumusan Masalah.....                                    | 12   |
| C. Tujuan Penelitian.....                                  | 14   |
| D. Manfaat Penelitian .....                                | 15   |
| BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PERUMUSAN MODEL PENELITIAN ..... | 16   |
| A. Telaah Pustaka.....                                     | 16   |
| 1. Keputusan Pembelian .....                               | 18   |
| 2. Citra Merek .....                                       | 19   |
| 3. Harga .....                                             | 21   |
| 4. Promosi.....                                            | 24   |

|                                                              |    |
|--------------------------------------------------------------|----|
| 5. Kualitas Produk .....                                     | 26 |
| B. Perumusan Model Penelitian .....                          | 29 |
| 1. Penelitian Terdahulu.....                                 | 29 |
| 2. Perumusan Hipotesis .....                                 | 34 |
| 3. Kerangka Pemikiran.....                                   | 45 |
| BAB III METODE PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....             | 46 |
| A. Metode Penelitian .....                                   | 46 |
| 1. Jenis Penelitian .....                                    | 46 |
| 2. Lokasi Penelitian.....                                    | 46 |
| 3. Waktu Penelitian.....                                     | 46 |
| 4. Populasi dan Sampel .....                                 | 47 |
| 5. Sumber Data .....                                         | 47 |
| 6. Teknik Pengumpulan Data.....                              | 47 |
| 7. Definisi Konsep dan Oprasional Variabel .....             | 48 |
| B. Teknik Analisis Data.....                                 | 50 |
| 1. Analisis Deskriptif .....                                 | 50 |
| 2. Analisis SEM ( <i>Scructural Equation Modeling</i> )..... | 52 |
| 3. Evaluasi PLS ( <i>Partial Least Squares</i> ).....        | 53 |
| 4. Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....    | 54 |
| 5. Evaluasi Model Stuktural ( <i>Inner Model</i> ) .....     | 58 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....                            | 64 |
| A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....                      | 64 |
| 1. Sejarah GO-Dhin Keripik Daun Singkong .....               | 64 |
| B. Gambaran Umum Responden .....                             | 65 |
| 1. Gambaran Umum Responden.....                              | 65 |
| C. Analisis Data dan Pembahasan.....                         | 68 |

|                                                           |     |
|-----------------------------------------------------------|-----|
| 1. Analisis Deskriptif .....                              | 68  |
| 2. Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) ..... | 76  |
| 3. Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....  | 85  |
| 4. Pembahasan.....                                        | 103 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....                          | 118 |
| A. Kesimpulan .....                                       | 118 |
| B. Saran .....                                            | 123 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                      | 125 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN .....                                   | 132 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                                          |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1. Pendapatan UMKM GO-Dhin keripik daun singkong .....                             | 4  |
| Tabel 2. Ringkasan Reseach Gap Variabel Harga.....                                       | 10 |
| Tabel 3. Ringkasan <i>Reseach Gap</i> Variabel Promosi .....                             | 10 |
| Tabel 4. Ringkasan <i>Reseach Gap</i> Variabel Kualitas Produk.....                      | 11 |
| Tabel 5. Definisi Oprasional Variabel.....                                               | 49 |
| Tabel 6. Skala Pengukuran .....                                                          | 51 |
| Tabel 7. Interpretasi Nilai Indeks .....                                                 | 52 |
| Tabel 8. Ringkasan Evaluasi Model PLS .....                                              | 62 |
| Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....                          | 66 |
| Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....                                  | 67 |
| Tabel 11. Karakteristik Responen Berdasarkan Jenjang Pendidikan.....                     | 68 |
| Tabel 12. Deskriptif Variabel Harga.....                                                 | 70 |
| Tabel 13. Deskriptif Variabel Promosi.....                                               | 71 |
| Tabel 14. Deskriptif Variabel Kualitas Produk .....                                      | 72 |
| Tabel 15. Deskriptif Variabel Citra Merek.....                                           | 74 |
| Tabel 16. Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....                                   | 75 |
| Tabel 17. Nilai <i>Outer Loading</i> Konstruk Eksogen / Independen Harga .....           | 77 |
| Tabel 18. Nilai <i>Outer Loading</i> Konstruk Eksogen / Independen Promosi.....          | 78 |
| Tabel 19. Nilai <i>Outer Loading</i> Konstruk Eksogen / Independen Kualitas Produk ..... | 78 |
| Tabel 20. Nilai <i>Outer Loading</i> Konstruk Mediasi Citra Merek .....                  | 79 |
| Tabel 21. Nilai <i>Outer Loading</i> Konstruk Endogen / Dependen Keputusan Pembelian...  | 79 |
| Tabel 22. Evaluasi Konstruk Reabilitas dan Validitas .....                               | 80 |
| Tabel 23. Nilai <i>Cross-Loading</i> pada Evaluasi Validitas Diskriminan .....           | 82 |
| Tabel 24. Evaluasi <i>Fornell-Larcker Criterion Validity Discriminant</i> .....          | 83 |
| Tabel 25. Evaluasi Statistik Kolinearitas ( <i>Collinearity Statatistic</i> ) .....      | 83 |
| Tabel 26. Evaluasi Signifikansi dan Relevansi <i>Outer Wights</i> .....                  | 84 |
| Tabel 27. Evaluasi Statistik Kolinearitas Struktural ( <i>Inner VIF</i> ) .....          | 85 |
| Tabel 28. Evaluasi Koefisien Determinasi ( <i>R-Square</i> ) .....                       | 86 |
| Tabel 29. Evaluasi Koefisien Efek ( $F^2$ ).....                                         | 87 |
| Tabel 30. Evaluasi Relevansi Prediktif ( $Q^2$ ) .....                                   | 88 |

|                                                                                       |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 31. Evaluasi Prediksi <i>PLS</i> ( <i>PLS-Predict</i> ) .....                   | 89  |
| Tabel 32. Signifikansi dan Relevansi Koefisien Jalur ( <i>Path Coefficient</i> )..... | 90  |
| Tabel 33. Kofidensi Interval 95%.....                                                 | 92  |
| Tabel 34. Pengujian Hipotesis Langsung ( <i>Direct Effect</i> ) .....                 | 94  |
| Tabel 35. Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Langsung ( <i>Direct Effect</i> ).....         | 97  |
| Tabel 36. Pengujian Mediasi ( <i>Indirect Effect</i> ) .....                          | 98  |
| Tabel 37. Hasil Pengujian Mediasi ( <i>Indirect Effect</i> ).....                     | 100 |
| Tabel 38. Kesesuaian Model ( <i>Model Fit</i> ) .....                                 | 101 |
| Tabel 39. Hasil Ringkasan Model PLS .....                                             | 101 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                           |    |
|-------------------------------------------|----|
| Gambar 1. Kerangka Pemikiran .....        | 45 |
| Gambar 2. Hasil Uji Outer Model .....     | 77 |
| Gambar 3. Hasil Pengujian Hipotesis ..... | 93 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                                                 |     |
|---------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Lampiran 1. Kuesioner Penelitian .....                                          | 132 |
| Lampiran 2. Tabulasi Data Harga (X1).....                                       | 136 |
| Lampiran 3. Tabulasi Data Promosi (X2).....                                     | 141 |
| Lampiran 4. Data Tabulasi Kualitas Produk (X3) .....                            | 146 |
| Lampiran 5. Data Tabulasi Citra Merek (M) .....                                 | 151 |
| Lampiran 6. Data Tabulasi Keputusan Pembelian (Y).....                          | 156 |
| Lampiran 7. Nilai <i>Loading Factor</i> .....                                   | 161 |
| Lampiran 8. Output <i>Costruck Realibility</i> .....                            | 162 |
| Lampiran 9. Output Nilai <i>Cross Loading</i> .....                             | 163 |
| Lampiran 10. Output <i>Fornell-Larcker Criterion Diskriminan Validity</i> ..... | 164 |
| Lampiran 11. Output <i>Collinearity Statistic Outer VIF (Outer VIF)</i> .....   | 165 |
| Lampiran 12. Output <i>Signifikansi dan Relevansi Outer Weight</i> .....        | 166 |
| Lampiran 13. Output <i>Collinearity Statistic (Inner VIF)</i> .....             | 167 |
| Lampiran 14. Output $R^2$ .....                                                 | 168 |
| Lampiran 15. Output $F^2$ .....                                                 | 169 |
| Lampiran 16. Output $Q^2$ <i>Predictive Relevance</i> .....                     | 170 |
| Lampiran 17. Output Hasil Perhitungan <i>PLS-Predict</i> .....                  | 171 |
| Lampiran 18. Output Hasil T-Statistik.....                                      | 172 |
| Lampiran 19. Output <i>Confidence interval 95%</i> dari Koefisien Jalur.....    | 173 |
| Lampiran 20. Output <i>Indirect Effect</i> .....                                | 174 |
| Lampiran 21. Output Model (SRMR).....                                           | 175 |
| Lampiran 22. Histrogram Variabel ( <i>Dirrect Effect</i> ) .....                | 176 |
| Lampiran 23. Hasil Uji <i>Outer Model</i> .....                                 | 180 |
| Lampiran 24. Hasil Uji Validitas.....                                           | 181 |
| Lampiran 25. Daftar Riwayat Hidup.....                                          | 182 |