

Halaman Pengesahan Skripsi

SKRIPSI

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN KEPUASAN KONSUMEN PADA
WARKOP SUDUT KOPI PALOPO**

Disusun dan diajukan oleh

Triwijaya

201720060

Telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi

Pada tanggal 14 Oktober 2021

Pembimbing I

Rahmad Solling Hamid, S.E.,M.M

Pembimbing II

I Ketut Patra, S.E., M.Si

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Palopo

Hapid, S.E.,M.M

Ketua

Program Studi Manajemen

Imran Ukkis, S.E.,M.M

Halaman Pengesahan Penguji

SKRIPSI

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN KEPUASAN KONSUMEN PADA
WARKOP SUDUT KOPI PALOPO**

Disusun dan diajukan oleh

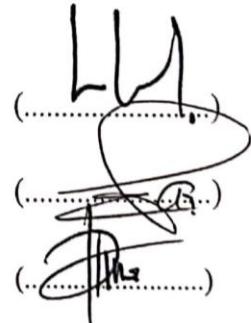
Triwijaya

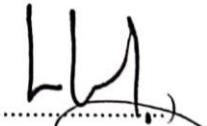
201720060

Telah dipertahankan dalam ujian skripsi pada tanggal 14 Oktober 2021 dan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi manajemen fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Palopo

Susunan Dewan Penguji

1. Penguji : Rahmad Solling Hamid, S.E., M.M
2. Penguji : Asriany, S.E., M.M
3. Penguji : Zikra Supri, S.E., M.Si



(.....) 
(.....) 
(.....) 

Ketua Prodi Studi Manajemen

Imran Ukkas, S.E., M.M
NIDN.0903048602

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKIRPSI

Nama : Triwijaya

Nim : 201720060

Program Studi : Manajemen

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya menyatakan skripsi dengan judul:

PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN KEPUASAN KONSUMEN PADA WARKOP SUDUT KOPI PALOPO

Peneliti juga menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini, tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang diambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan, pendapat atau pikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat sebagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan kepada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan yang tersebut diatas secara sengaja atau tidak, maka saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil karya tulisan saya sendiri. Jika kemudian terbukti bahwa ternyata saya melakukan tindakan menyalin atay meniru tulisan orang lain seolah-olah itu hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh Universitas batal saya terima.

Palopo, 14 Oktober 2021



Triwijaya

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. Data Pribadi

- a Nama : Triwijaya
- b Tempat Tanggal Lahir : Palopo, 20 Mei 1998
- c Agama : Islam
- d Pekerjaan : Mahasiswa
- e Alamat : Btn nyiur permai B19/No.1

2. Nama Orang Tua

- a. Ayah : Judda
- b. Ibu : Rosliani

3. Pendidikan

- a. SDN 274 Mattirowalie, Tamat Tahun 2010
- b. MTsN Model Palopo, Tamat Tahun 2013
- c. SMAN 3 Palopo, Tamat Tahun 2016

PRAKATA

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Puji Syukur saya ucapkan kepada Allah SWT, karena berkat dan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan karya tulis ini dengan baik yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran Dan citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Warkop Sudut Kopi Kota Palopo”). Solawat dan salam penulis mengirimkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta para sahabat dan keluarg beliau yang telah memberikan tauladan dalam menjalani kehidupan di dunia dan akhirat.

Dalam penelitian dan penyusunan laporan yang ada dalam skripsi ini penulis tidak luput dari kendala. Semua kendala tersebut dapat diatas oleh penulis dengan bantuan, bimbingan dan dukungan dari beberapa pihak oleh karena itu, penulis ini menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada :

- 1 Bapak Dr. Salju, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palopo
- 2 Bapak Hapid, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palopo
- 3 Bapak Imran Ukkas, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen
- 4 Bapak Rahmad Solling Hamid, S.E.,M.M selaku dosen pembimbing pertama yang baik dan sabar untuk mengajarkan dan membimbing penulis untuk menyelesaikan skripsi ini
- 5 Bapak I Ketut Patra, S.E., M.Si._selaku dosen pembimbing kedua yang telah banyak mengorbankan waktunya untuk memberikan bimbingan kepada penulis serta saran dalam menyelesaikan skripsi ini

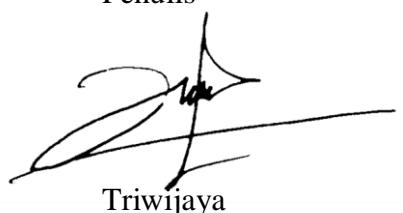
- 6 Bapak dan ibu dosen serta staf Universitas Muhammadiyah Palopo, yang telah memberikan bekal ilmu kepada saya sebagai penulis
- 7 Terima kasih sebesar-besarnya kepada kedua orang tua saya ayah dan ibu hanya karya ini yang bisa penulis berikan saat ini sebagai hadiah terindah atas kerja keras ayah dan ibu tercinta yang selalu memberikan kasih sayang yang tidak pernah usai, usaha dan pengorbanan, dukungan dan motivasi, serta setiap bait-bait doa yang selalu tercurahkan.
- 8 Untuk Aulia terimah kasih banyak untuk telah membantu saya selama ini dalam mengerjakan tugas terakhir saya dan bisa membimbing saya dalam mengerjakan tugas semester akhir saya.
- 9 Terima kasih untuk teman-teman kelas Manajemen A2 dan teman KKN Kerja Sosial Posko 16 Desa Tabbaja atas pengalaman, kesempatan, dan cerita baru selama bersama orang-orang yang luar biasa seperti kalian.
- 10 Untuk yang spesial para sahabat-sahabat penulis dalam group ADAKAH SEDEKAH terima kasih dengan penuh drama suka maupun duka penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Atas segala kekurangan dan ketidak sempurnaan skripsi ini, penulis sangat mengharapkan masukan, kritikan, dan saran yang bersifat membangun ke arah perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini, agar dalam penyusunan karya tulis selanjutnya dapat lebih baik.

Akhir kata dari penulis semoga skripsi ini bermanfaat dan diberkahi ALLAH SWT, cukup sekian dan terima kasih.

Palopo, 14 Oktober 2021

Penulis



Triwijaya

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN LEMBAR PERSETUJUAN	ii
HALAMAN DAFTAR ISI.....	iii
HALAMAN DAFTAR TABEL.....	v
HALAMAN DAFTAR GAMBAR	vi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Masalah	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Bauran Pemasaran.....	10
2.1.1.1 Produk (<i>Product</i>)	11
2.1.1.2 Harga (<i>Price</i>)	13
2.1.1.3 Promosi (<i>Promotion</i>).....	14
2.1.1.4 Tempat (<i>Place</i>)	14
2.1.2 Citra Merek.....	17
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	17
2.1.4 Kepuasan Pelanggan	18
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3 Kerangka Konseptual	25

2.4 Hipotesis	26
---------------------	----

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian.....	28
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	28
3.3 Populasi dan Sampel	28
3.4 Jenis dan Sumber Data	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data	30
3.6 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	31
3.7 Instrumen Penelitian.....	33
3.8 Pengujian Validitas dan Reliabilitas	34
3.9 Teknik Analisis Data.....	34

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil penelitian	38
4.1.1 Sejarah singkat kemala butik palopo	38
4.1.2 Visi Dan Misi	38
4.2 Karekteristik responden penelitian.....	39
4.3 Analisis data.....	41
4.3.1 Pengujian measurement (Output Outher)	41
4.4 Uji validitas konstruk	42
4.4.1 Validitas konvergen	42
4.4.2 Nilai average varianve extraced	43
4.5 Validitas diskriminan	44
4.5.1 Nilai cross loading	44
4.5.2 Kolerasi antarkonstruk laten	45
4.6 Uji realibilitas komposit	46

4.7 Pengujian model structural	46
4.7.1 Nilai r-square.....	47
4.7.2 Uji hipotesis	48
4.8 Pembahasan hasil penelitian	51
BAB V PENUTUP	56
5.1 Kesimpulan	56
5.2 Saran	57
DAFTAR RUJUKAN	58
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas	34
Tabel 4.1 Outer loading	42
Tabel 4.2 Average variance extracted	43
Tabel 4.3 Nilai cross loading	44
Tabel 4.4 Korelasi Antarkonstruk Laten.....	45
Tabel 4.5 Uji reliabilitas komposit	46
Tabel 4.6 Nilai R-square	47
Tabel 4.7 Path Coffers	48
Tabel 4.8 Nilai T-statiscis	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	24
Gambar 4.1 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	39
Gambar 4.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Gambar 4.3 Karakteristik Berdasarkan jumlah kunjungan	40
Gambar 4.4 Output Outer Model.....	41
Gambar 4.5 Output Inner Model	47

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran dan citra merek terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, metode pengambilan data menggunakan kuesioner, observasi dan wawancara kepada 150 responden Warkop Sudut Kopi Kota palopo. Analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis *partial least square* (Smart PLS), setelah data dikumpulkan data analisis menggunakan program Smart PLS versi 3. Hasil penelitian dengan analisis regresi linear berganda melalui uji t. Produk(X1) terbukti signifikan terhadap keputusan pembelian dan Produk (X1) terhadap kepuasan konsumen yang dimediasikan keputusan pembelian terbukti tidak signifikan, Harga (X2) terbukti tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, Harga (X2) terhadap kepuasan konsumen yang dimediasikan keputusan pembelian terbukti signifikan, Promosi (X3) terbukti tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, Promosi (X3) terhadap kepuasan konsumen yang dimediasikan keputusan pembelian terbukti signifikan, Tempat (X4) terbukti tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, Tempat (X4) terhadap kepuasan konsumen yang dimediasikan keputusan pembelian terbukti tidak signifikan, Citra merek (X5) terbukti signifikan terhadap keputusan pembelian, Citra merek (X5) terhadap kepuasan konsumen yang dimediasikan keputusan pembelian berpengaruh positif signifikan

Kata kunci: Produk, Harga, Promosi, Tempat, Citra Merek, Keputusan pembelian, dan Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of marketing mix and brand image on purchasing decisions and consumer satisfaction. The method in this study uses quantitative methods, data collection methods using questionnaires, observations and interviews with 150 respondents from the Coffee Corner Warkop Palopo City. The analysis in this study uses partial least squares (Smart PLS) analysis, after the data is collected the analysis data uses the Smart PLS version 3. The results of the research are multiple linear regression analysis through t test. Product (X1) proved to be significant on purchasing decisions and Product (X1) on consumer satisfaction mediated by purchasing decisions proved not significant, Price (X2) proved insignificant to purchasing decisions, Price (X2) on consumer satisfaction mediated by purchasing decisions proved significant, Promotion (X3) proved not significant on purchasing decisions, Promotion (X3) on consumer satisfaction mediated by purchasing decisions proved significant, Place (X4) proved not significant for purchasing decisions, Place (X4) on consumer satisfaction mediated by purchasing decisions proved insignificant, Brand image (X5) is proven to be significant on purchasing decisions, Brand image (X5) on consumer satisfaction mediated by purchasing decisions has a significant positive effect

.Keywords: Product, Price, Promotion, Place, Brand Image, Purchase Decision, and Consumer Satisfaction



Similarity Report ID: oid:22918:10197282

PAPER NAME
SKRIPSI JAYA.docx

AUTHOR
Triwijaya

WORD COUNT
16411 Words

CHARACTER COUNT
86941 Characters

PAGE COUNT
95 Pages

FILE SIZE
866.2KB

SUBMISSION DATE
Oct 12, 2021 8:30 AM GMT+8

REPORT DATE
Oct 12, 2021 8:33 AM GMT+8

● **30% Overall Similarity**

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 30% Internet database

● **Excluded from Similarity Report**

- Publications database
- Crossref Posted Content database
- Small Matches (Less than 25 words)
- Crossref database
- Submitted Works database

