

SKRIPSI



**PENGARUH CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING (STUDI KASUS MP SHOES KUDUS)**

Oleh :

MUHAMMAD BAHRUL ULUM

NIM. 2017-11-057

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**



**PENGARUH CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING (STUDI KASUS MP SHOES KUDUS)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
jenjang pendidikan Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Universitas Muria Kudus

Oleh :

MUHAMMAD BAHRUL ULUM

NIM. 2017-11-057

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**

**PENGARUH CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING (STUDI KASUS MP SHOES KUDUS)**

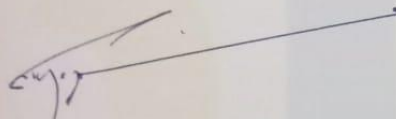
Nama : Muhammad Bahrul Ulum
NIM : 2017-11-054
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

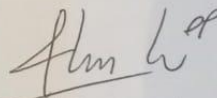
Kudus, 2024

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Supriyono, S.E., M.M
NIDN. 0614037104



Indah Dwi Prasetyaningrum, SE, MM.
NIDN.0022038001

Mengetahui,
Ketua Program Studi



Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M
NIDN. 0024037701

**PENGARUH CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING (STUDI KASUS MP SHOES KUDUS)**

Nama : Muhammad Bahrul Ulum
NIM : 2017-11-054
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 2024

Mengetahui,
Ketua Program Studi

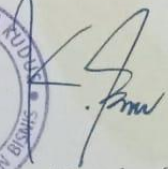
Pembimbing I

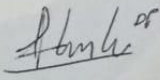

Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M
NIDN. 0024037701


Dr. Supriyono, S.E., M.M
NIDN. 0614037104

Mengetahui,
Dekan

Pembimbing II



Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M
NIDN.0616077304


Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E., M.M
NIDN. 0022038001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

”Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirku, dan apa yang menjadi takdirku tidak akan pernah melewatkanmu”

(Sayyidina Umar Bin Khattab)

“Mencintai dunia itu wajar, asalkan jangan sampai cinta itu membuat kita mendurhakai Tuhan.”

(M.Quraisy Sihab)

Persembahan:

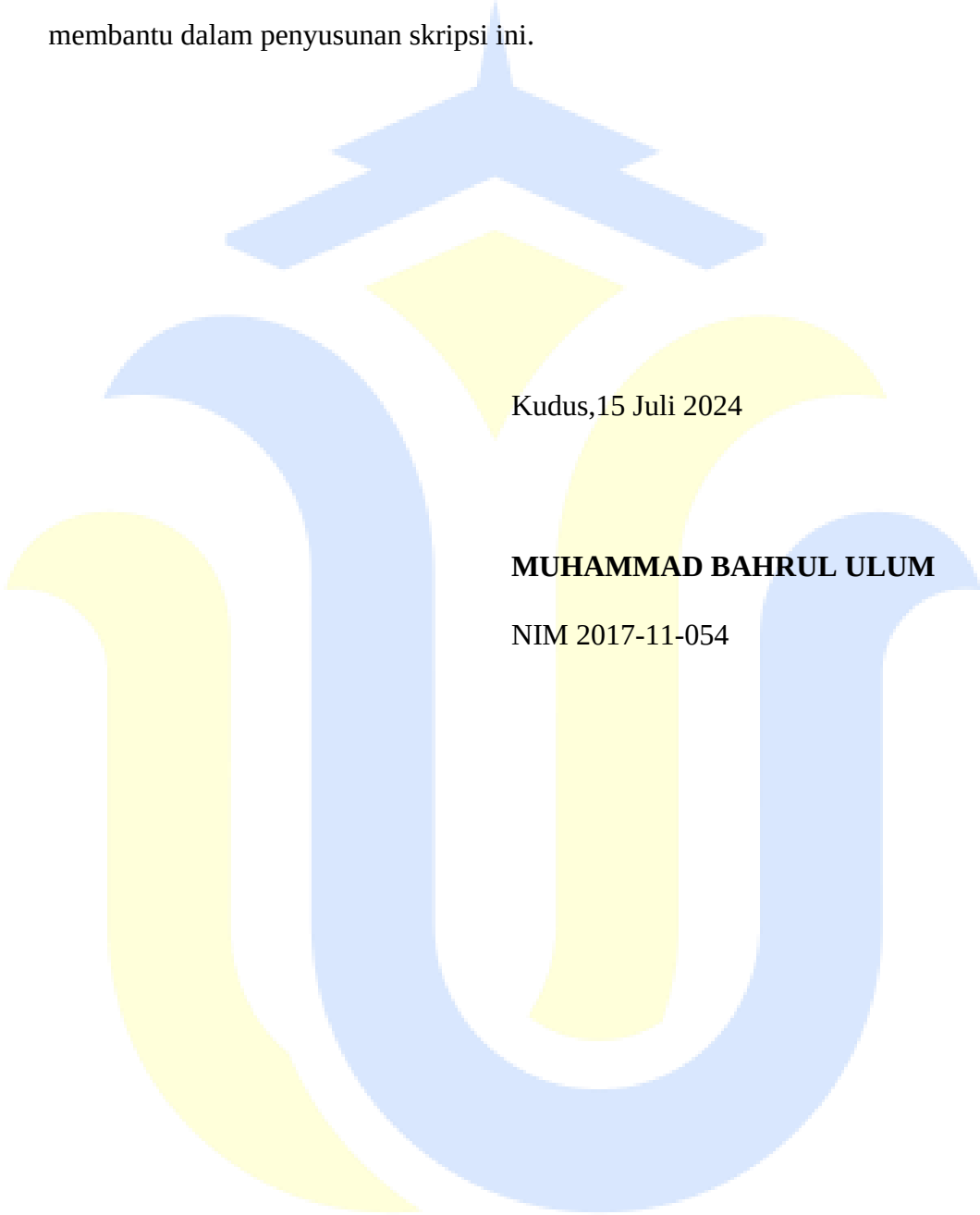
- 1. Kedua orang tua**
- 2. Seluruh keluargaku**
- 3. Teman seperjuanganku**
- 4. Almamaterku**

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat,rahmat serta karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Mp Shoes Kudus)”. Skripsi ini untuk memenuhi tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Dalam penulisan skripsi ini, penulis selalu mendapat dukungan dan bimbingan serta semangat dari banyak pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si., selaku Rektor Universitas Muria Kudus
2. Dr.Kertati Sumekar,SE.,MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. **Dr. Supriyono, S.E., M.M.** selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Indah Dwi Prasetyaningrum,SE.,MM., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini.
6. Jasa cuci sepatu MP Shoes Kudus yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melaksanakan penelitian ini.
7. Seluruh dosen pengajar serta staff karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus atas bimbingan, bantuan pelayanan dan kerjasamanya.

8. Kedua orang tuaku, adik dan kakakku yang selalu mendoakanku sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.



Kudus, 15 Juli 2024

MUHAMMAD BAHRUL ULUM

NIM 2017-11-054

ABSTRAKSI
PENGARUH CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING (STUDI KASUS MP SHOES KUDUS)

MUHAMMAD BAHRUL ULUM
NIM 2017-11-054

Pembimbing : 1. Dr. Supriyono, SE., MM.
2. Indah Dwi Prasetyaningrum, SE., MM.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Penelitian ini mempunyai tujuan menganalisis pengaruh citra merek dan promosi terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel intervening. Objek penelitian ini mengambil pada Jasa Cuci Sepatu MP Shoes Kudus. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan MP Shoes Kudus yang jumlahnya tidak diketahui dengan pasti dan sampel pada penelitian ini sebanyak 119 responden. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala likert. Uji instrument meliputi uji validitas, reliabilitas dan AVE. metode analisis data menggunakan Uji normalitas, uji kausalitas, uji hipotesis dengan menggunakan software AMOS 24. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli, promosi dan minat beli berpengaruh positif signifikan, minat beli dengan keputusan pembelian berpengaruh signifikan, citra merek dengan keputusan pembelian berpengaruh positif signifikan dan promosi terhadap keputusan pembelian berpengaruh positif signifikan.

Kata kunci: citra merek, promosi, minat beli, keputusan pembelian

ABSTRACT
THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND PROMOTION ON PURCHASE
DECISIONS THROUGH PURCHASE INTEREST AS AN INTERVENING
VARIABLE (CASE STUDY MP SHOES KUDUS)

MUHAMMAD BAHRUL ULUM
NIM 2017-11-054

Pembimbing : 1. Dr. Supriyono, SE., MM.
2. Indah Dwi Prasetyaningrum, SE., MM.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMIC AND BUSSINESS
STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT

This study aims to analyze the influence of brand image and promotion on purchasing decisions with purchase interest as an intervening variable. The object of this study took the Shoe Washing Service MP Shoes Kudus. The population in this study were MP Shoes Kudus customers whose number was not known for sure and the sample in this study was 119 respondents. Data collection using a questionnaire with a Likert scale. Instrument testing includes validity, reliability and AVE tests. Data analysis methods use Normality test, causality test, hypothesis test using AMOS 24 software. The results of this study indicate that brand image has a significant positive effect on purchasing interest, promotion and purchase interest have a significant positive effect, purchase interest with purchasing decisions has a significant effect, brand image with purchasing decisions has a significant positive effect and promotion on purchasing decisions has a significant positive effect.

Keywords: brand image, promotion, purchase interest, purchase decision

DAFTAR ISI

	Halaman
COVER.....	i
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup.....	2
1.3 Rumusan Masalah	2
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Citra Merek	10
2.2 Promosi	14
2.3 Minat Beli	17
2.4 Keputusan Pembelian.....	20
2.5 Penelitian Terdahulu	25
2.6 Pengaruh Antar Variabel.....	27
2.7 Kerangka pikir Teoritis.....	30

2.8 Hipotesis.....	31
BAB III	32
METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Definisi Operasional Variabel.....	32
3.1.1 Variabel Citra Merek	32
3.1.2 Variabel Promosi.....	33
3.1.3 Variabel Minat Beli.....	34
3.1.4 Variabel Keputusan Pembelian.....	35
3.2 Jenis dan Sumber Data	36
3.3 Populasi dan Sampel	37
3.4 Uji Instrumen	38
BAB IV	48
PEMBAHASAN.....	48
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	48
4.2 Penyajian Data.....	49
4.3 Uji Instrumen.....	53
4.4 Analisis Data	57
4.5 Pembahasan	77
BAB V	80
KESIMPULAN DAN SARAN.....	80
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN-LAMPIRAN	87

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Data Penjualan MP Shoes Kudus	1
Tabel 3.1 Cut-Off Valur Uji <i>Goodness of Fit</i>	44
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	46
Tabel 4.2 Frekuensi Responden Variabel Citra Merek	47
Tabel 4.3 Frekuensi Responden Variabel Promosi	48
Tabel 4.4 Frekuensi Responden Variabel Minat Beli	49
Tabel 4.5 Frekuensi Responden Variabel Keputusan Pembelian	50
Tabel 4.6 Convergent Validity	51
Tabel 4.7 Ave	53
Tabel 4.8 Discriminant Validity	54
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas	55
Tabel 4.10 Kriteria Goodness Of Fit Eksogen	55
Tabel 4.11 Kriteria Goodness Of Fit Endogen	56
Tabel 4.12 Uji Kelayakan Model	58
Tabel 4.13 Uji Normalitas	60
Tabel 4.14 Uji Univariat Ouliers	61
Tabel 4.15 Uji Kausalitas (Regression Weight)	63
Tabel 4.16 Koefisien Determinasi	64
Tabel 4.17 Uji Hipotesis	65
Tabel 4.18 Hasil Rekap Uji Hipotesis	66
Tabel 4.19 Pengaruh Langsung	66
Tabel 4.20 Pengaruh Tidak Langsung	67

Tabel 4.21 Total Efect.....	68
-----------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1.....	2
Gambar 1.2.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Pikir Teoritis	34
Gambar 3.1 Diagram Jalur	43
Gambar 4.1 Konstruk Eksogen Sebelum Perbaikan	58
Gambar 4.2 Konstruk Eksogen Setelah Perbaikan	59
Gambar 4.3 Konstruk Endogen Sebelum Perbaikan.....	60
Gambar 4.4 Konstruk Endogen Setelah Perbaikan.....	61