

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND AWARENESS*, DAN
VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN MIXUE DI PONOROGO**

SKRIPSI



Nama : Luthfiyyah Miftakhul Azzah

N I M 20415127

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2024

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND AWARENESS*, DAN
VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN MIXUE DI PONOROGO**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas
Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Luthfiyyah Miftakhul Azzah

N I M : 20415127

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2024

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Brand Image*, *Brand Awareness*, dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue Di Ponorogo.

Nama : Luthfiyyah Miftakhul Azzah

N I M : 20415127

Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 21 Januari 2001

Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diajukan guna memperoleh gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 07 Agustus 2024

Pembimbing I

Dra. Umi Farida, M.M.
NIDN. 0710016101

Pembimbing II

Titi Rapini, SE., M.M.
NIDN. 0005056301

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Hadi Sumarsono, S.E., M.Si
NIP. 1960508 200501 1 002

Dosen Penguji :
Penguji II

Penguji I

Dra. Umi Farida, M.M.
NIDN. 0710016101

Dr. Sri Hartono, S.E., M.M.
NIDN. 0730127102

Penguji III

Eka Destrivanto P.A., S.AB., M.M.
NIDN. 0711128404

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh *brand image*, *brand awareness*, dan variasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen Mixue di Ponorogo. Jenis penelitian ini termasuk kuantitatif. Populasi pada penelitian adalah konsumen Mixue di Ponorogo. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner dengan pengambilan sampel sejumlah 75 responden. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan model struktural yang diolah dengan software SMARTPLS 4.0. Jenis penelitian ini termasuk kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *brand image*, dan *brand awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan variasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : *Brand Image*, *Brand Awareness*, Variasi Produk, Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur tak henti penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya karena atas izin-Nya lah peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Brand Image*, *Brand Awareness*, dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue Di Ponorogo”**. Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi dalam memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari skripsi ini masih banyak kekurangan, dikarenakan keterbatasan yang dimiliki oleh penulis baik dalam segi kemampuan, pengetahuan serta pengalaman penulis. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membimbing dan mendukung penulis. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kekuatan dan kesabaran yang sangat besar bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini, tanpa bantuan-nya, mungkin penulis tidak akan mempunyai kekuatan untuk terus berusaha menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Happy Susanto, M.A selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Dr. Hadi Sumarsono, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo
4. Ibu Naning Kristiyana, S.E., MM selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

5. Ibu Dra. Umi Farida, MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan serta arahan penuh untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Titi Rapini, S.E., MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan serta arahan penuh untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, beserta staff atas ilmu dan pengalaman yang telah diberikan.

Semoga Allah SWT memberikan balasan kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran dari berbagai pihak sangat penulis harapkan demi perbaikan-perbaikan kedepan. Penulis berharap semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Ponorogo, 07 Agustus 2024



Luthfiyva Miftakhul Azzah
NIM. 20415127

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR

KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan Karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 07 Agustus 2024



Luthfiyyah Miftakhul

Azzah

NIM. 20415127



HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, Puji Syukur kepada Allah SWT atas limpahan nikmat, rahmat serta kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Brand Image*, *Brand Awareness*, dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue Di Ponorogo”**. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan, pengetahuan, motivasi serta dukungan dari banyak pihak yang selama ini membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Sebagai ungkapan rasa terima kasih dan cinta, karya tulis Tugas Akhir ini penulis persembahkan kepada :

1. Terima kasih kepada Allah SWT, telah memberikan kekuatan dan kesabaran yang sangat besar hingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan lancar.
2. Terima kasih kepada kedua orang tua penulis yang penulis cintai dan sayangi (Bapak Isna Rohmatul Khorri dan Ibuk Tutik Mariyani) yang telah memberikan seluruh kasih sayang, do'a, dan dukungan kepada penulis serta tak henti-hentinya memberikan semangat yang penuh kepada anaknya ini sehingga membuat penulis memiliki motivasi penuh untuk menyelesaikan skripsi ini tepat waktu dengan harapan membanggakan mereka berdua.
3. Terima kasih kepada kedua adikku yang penulis cintai dan sayangi (Adik Hanifa Isna Ramadhani dan Almeera Putri Khoiri) yang telah memberikan semangat meskipun hampir setiap hari berantem hehe tapi kakak mu ini sangat sayang kalian berdua.
4. Terima kasih kepada Ibu Dra. Umi Farida, MM, selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan dukungan dan arahan penuh untuk menyelesaikan

skripsi ini. Ibu Umi yang selalu memberikan arahan dan bimbingan yang sangat berharga, dan selalu meluangkan waktunya untuk konsultasi.

5. Terima kasih kepada Ibu Titi Rapini, S.E., MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan dukungan dan arahan penuh untuk menyelesaikan skripsi ini. Ibu Titi yang selalu memberikan arahan dan bimbingan yang sangat berharga, dan selalu meluangkan waktunya untuk konsultasi.
6. Terima kasih kepada teman tercinta Aulia Fitri, Tata Sastya, dan Mey Ernanda. Terima kasih telah memberikan support system terbaik yang selalu bilang “semangat pii pasti bisa” , “semangat woyy” hahahaha terima kasih ya gais sudah meyakinkan saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Teruntuk diri sendiri, terima kasih karena sudah bertahan atas segala perjuangan dan air mata, meskipun seringkali ingin menyerah dan selalu overthinking. Terima kasih sudah kuat dan bertahan sampai di titik ini. Skripsi ini menjadi pembuktian terhadap diri sendiri bahwa saya mampu menyelesaikan skripsi dengan baik. You did it!! Proud of me!
8. Semua pihak yang terlibat, terima kasih telah membantu penulis selama penelitian ini mungkin tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
9. Terakhir, kepada seseorang yang tidak dapat disebutkan namanya, terima kasih untuk patah hati yang pernah diberikan saat proses penyusunan skripsi. Karena dengan patah hati membuat saya jauh lebih semangat lagi. Terima kasih telah menjadi bagian menyenangkan sekaligus menyakitkan dari proses pendewasaan ini.

MOTTO

“Allahuma yassir wala tu’assir”



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	II
RINGKASAN	III
KATA PENGANTAR.....	IV
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR.....	VI
KODE ETIK PENELITIAN.....	VI
HALAMAN PERSEMBAHAN	VII
MOTTO.....	IX
DAFTAR TABEL.....	XII
DAFTAR GAMBAR	XII
DAFTAR LAMPIRAN	XIII
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Manajemen.....	9
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	10
2.1.4 Perilaku Konsumen	12
2.1.5 <i>Brand Image</i>	13
2.1.6 <i>Brand Awareness</i>	15
2.1.7 Variasi Produk.....	16
2.1.8 Keputusan Pembelian.....	19
2.2 Penelitian Terdahulu	25
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian.....	28
2.4 Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	32
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	32

3.2.1 Populasi Penelitian	32
3.2.2 Sampel Penelitian.....	32
3.3 Metode Pengambilan Data.....	33
3.3.1 Jenis Data	33
3.3.2 Teknik Pengambilan Data.....	34
3.4 Definisi Operasional Variabel	35
3.5 Metode Analisis Data.....	37
3.5.1 Teknik Analisis Data	37
a. Model Pengukuran atau <i>Outer Model</i>	37
b. Model Struktural atau <i>Inner Model</i>	39
c. Pengujian Hipotesis.....	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Hasil Penelitian	41
4.1.1 Gambaran Umum Mixue di Ponorogo.....	41
4.1.2 Gambaran Umum Responden	42
4.1.3 Deskripsi Jawaban Responden.....	46
4.1.4 Pengujian.....	55
4.2 Pembahasan	63
BAB V PENUTUP.....	67
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....	70
LAMPIRAN.....	74

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3. 1 Kategori Penilaian	34
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	35
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Gender.....	43
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	43
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	44
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan	45
Tabel 4. 5 Skala Interval Presepsi Variabel.....	47
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden terhadap Variabel Brand Image (X1).....	47
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden terhadap Variabel Brand Awareness (X2)	49
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden terhadap Variabel Variasi Produk (X3)	51
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y) ..	53
Tabel 4. 10 Nilai Outer Loading.....	57
Tabel 4. 11 Nilai Average Variant Extracted (AVE)	58
Tabel 4. 12 Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	59
Tabel 4. 13 Nilai R-Square.....	60
Tabel 4. 14 Hasil estimasi Path Coefficient	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian.....	28
Gambar 4. 1 Gerai Pertama Mixue Ponorogo	41
Gambar 4. 2 Gerai Kedua Mixue Ponorogo.....	42
Gambar 4. 3 Skema Model Partial Least Square.....	55



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner	74
Lampiran 2. Data Demografis Responden	79
Lampiran 3. Tabulasi Data Responden	86
Lampiran 4. Frekuensi Karakteristik Responden	92
Lampiran 5. Hasil Olah Data.....	94
Lampiran 6. Surat Ijin Penelitian.....	96
Lampiran 7. Surat Keterangan Plagiasi.....	97
Lampiran 8. Berita Acara Bimbingan Skripsi	98
Lampiran 9. Bukti Submit Artikel.....	100

