

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KELENGKAPAN
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI
RAMAYANA TANJUNGPINANG**

**Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelara Sarjana**



**MIRANDA
NIM: 2204020032**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS MARITIM
UNIVERSITAS MARITIM RAJA ALI HAJI
2026**

LEMBAR PENGESAHAN

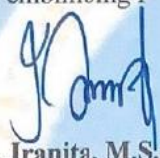
Nama : Miranda
NIM : 2204020032
Jurusan : Manajemen Bisnis
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Maritim
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Ramayana Tanjungpinang

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dosen penguji dan telah direvisi sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

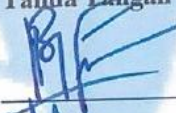
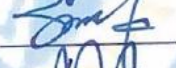
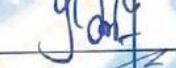

Hj. Iranita, M.S.i

NIP. 197008272021212003


Roni Kurniawan, S.Sos, M.Si

NIP. 197710032021211001

Panitia Penguji

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Bunga Paramita, SE., M.Si</u> NIP. 198401122024212016	Ketua Penguji		22/7/2026
2. <u>Agriend.S Putra, S.E., ME</u> NIP. 198906092022031005	Penguji I		22/7-26
3. <u>Edinur Ilham, SE., M.E</u> NIP. 199103072022031006	Penguji II		22/07/2026
4. <u>Hj. Iranita, M.S.i</u> NIP. 197008272021212003	Penguji III		21/7 2026
5. <u>Roni Kurniawan, S.Sos, M.Si</u> NIP. 197710032021211001	Penguji IV		23/7 2026

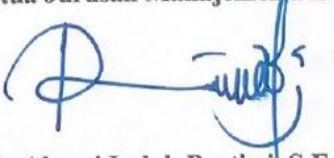
Tanggal Lulus: 20 Juli 2026

Mengetahui,


Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Maritim


Dr. Myrna Sofia, S.E., M.Si
NIP. 198207032015042001

Ketua Jurusan Manajemen Bisnis


Risdy Absari Indah Pratiwi, S.E., M.Si
NIP. 199012132018032001

LEMBAR PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Miranda

NIM : 2204020032

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Maritim

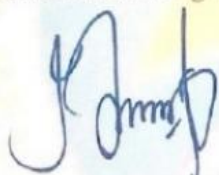
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kelengkapan Produk
Terhadap Keputusan Pembelian di Ramayana Tanjungpinang

Disetujui untuk digunakan dalam mengajukan Sidang Skripsi

Tanjungpinang, 10 Juni 2026

Menyetujui,

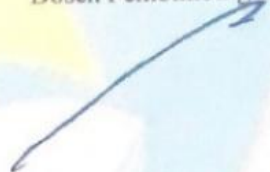
Dosen Pembimbing I



Hj. Iranita, M.Si

NIP. 197008272021212003

Dosen Pembimbing II

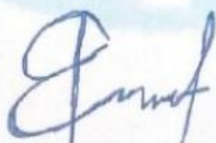


Roni Kurniawan, S.Sos, M.Si

NIP. 197710032021211001

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim
Universitas Maritim Raja Ali Haji



Ezky Tiya Siningsih, S.E., M.Si

NIP. 199202052022032010

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Miranda
NIM : 2204020032
Jurusan : Manajemen Bisnis
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Maritim
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Ramayana Tanjungpinang

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Maritim Raja Ali Haji maupun Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Tanjungpinang, 20 Juli 2026

Yang membuat pernyataan,



Miranda
NIM. 2204020032

MOTTO

“Dan bahwa manusia hanya memperoleh apa yang telah diusahakannya.”

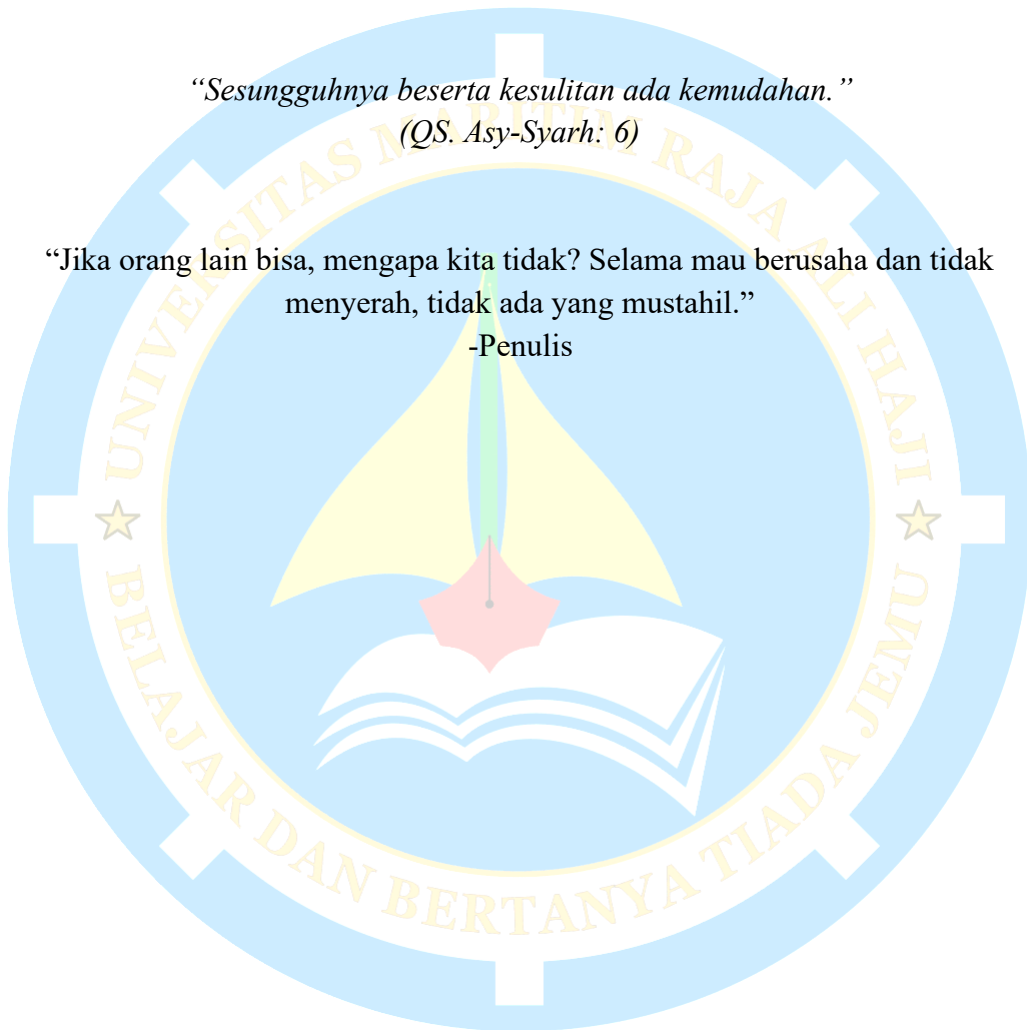
(QS. An-Najm: 39)

“Sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan.”

(QS. Asy-Syarh: 6)

“Jika orang lain bisa, mengapa kita tidak? Selama mau berusaha dan tidak menyerah, tidak ada yang mustahil.”

-Penulis



KATA PENGANTAR

Puji syukur yang sedalam-dalamnya penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: “Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Ramayana Tanjungpinang”.

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat dalam mencapai derajat Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi, Universitas Maritim Raja Ali Haji. Sehubungan dengan selesainya Skripsi ini, penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada: ☆

1. Terima kasih kepada Prof. Dr. Agung Dhamar Syakti, S.Pi., DEA, yang merupakan Rektor Universitas Maritim Raja Ali Haji.
2. Terima kasih kepada Dr. Myrna Sofia, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim, Universitas Maritim Raja Ali Haji.
3. Terima kasih kepada Ezky Tiyasiningsih, S.E., M.Si, sebagai Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim, Universitas Maritim Raja Ali Haji.
4. Terima kasih kepada Ibu Hj. Iranita, M.Si., sebagai dosen pembimbing I, dan Bapak Roni Kurniawan, M.Si., sebagai dosen pembimbing II, yang telah memberikan arahan, masukan serta semangat kepada penulis pada saat bimbingan.

5. Terima kasih kepada Kedua orang tua tercinta, Bapak Tarmizi dan Ibu Rukiah, yang senantiasa menjadi sumber kekuatan dan inspirasi terbesar dalam kehidupan penulis, atas cinta, kasih sayang, pengorbanan, serta doa yang tiada henti dipanjatkan, juga dukungan moral dan material yang selalu mengiringi setiap langkah penulis hingga mampu menyelesaikan skripsi ini. Segala yang penulis capai hingga saat ini tidak terlepas dari ketulusan dan doa yang selalu menyertai.
6. Terima kasih kepada Kakak dan Adik tercinta, Miranti dan Refan Pernando atas perhatian, motivasi, dan dukungan yang diberikan, selalu memberikan kekuatan dan semangat.
7. Terima kasih kepada Teman dekat penulis, Trisna Kharisma Dewi, Reny Lisdayanti, dan Reza Arianto, yang telah memberikan dukungan, semangat, dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini.
8. Kepada Mohamad Suliman, terima kasih telah dengan sabar mendampingi penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas doa, perhatian, dukungan, serta semangat yang selalu diberikan dalam setiap keadaan. Kehadiranmu menjadi salah satu alasan bagi penulis untuk tetap bertahan dan menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya.
9. Terima kasih kepada Bapak Rex Romano Pohan selaku pimpinan Ramayana Tanjungpinang.
10. Terima kasih kepada konsumen Ramayana Tanjungpinang yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian.

11. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri atas kekuatan, kesabaran, dan keteguhan dalam menjalani setiap proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih karena tidak menyerah di tengah berbagai kesulitan, tetap bertahan dalam tekanan, serta terus berusaha dan belajar hingga mampu melewati setiap tahapan dengan penuh perjuangan. Semua proses ini menjadi bagian dari perjalanan berharga dalam mencapai tahap akhir penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu, saran serta kritik yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya akhir (Skripsi) dapat bermanfaat bagi kita semua.

Tanjungpinang, 23 April 2026

Penulis

Miranda

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
MOTTO.....	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	18
1.3 Rumusan Masalah.....	19
1.4 Pembatasan Masalah	19
1.5 Tujuan Penelitian	20
1.6 Manfaat Penelitian	20
1.7 Sistematika Penulisan	21

BAB II TINJAUAN PUSTAKA	23
2.1 Tinjauan Pustaka	23
2.1.1 <i>Grand Theory</i> (Manajemen Pemasaran).....	23
2.1.1.1 <i>Middle Theory</i> (Perilaku Konsumen)	24
2.1.2 Keputusan Pembelian	24
2.1.2.1 Indikator Keputusan Pembelian	25
2.1.3 Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	27
2.1.3.1 Indikator Citra Merek	27
2.1.4 Harga.....	28
2.1.4.1 Indikator Harga.....	29
2.1.5 Kelengkapan Produk.....	30
2.1.5.1 Indikator Kelengkapan Produk.....	31
2.2 Penelitian Terdahulu	32
2.3 Kerangka Pemikiran.....	37
2.4 Pengembangan Hipotesis	39
2.5 Hipotesis	44
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	45
3.1 Desain Penelitian	46
3.2 Metode Penelitian	46
3.3 Operasional Variabel Penelitian	47

3.3.1 Variabel Independen.....	47
3.3.2 Variabel Dependen.....	48
3.4 Teknik Penentuan Populasi dan Sampel	50
3.4.1 Populasi.....	50
3.4.2 Sampel	51
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	51
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	54
3.5.1 Sumber Data	54
3.5.1.1 Data Primer.....	54
3.5.1.2 Data Sekunder	55
3.6 Teknik Analisis Data	55
3.6.1 Uji Instrumen	57
3.6.1.1 Uji Validitas	58
3.6.1.2 Uji Reliabilitas.....	59
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	60
3.6.2.1 Uji Normalitas	60
3.6.2.2 Uji Multikolinearitas	61
3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas	62
3.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	63
3.6.4 Pengujian Hipotesis	64

3.6.4.1 Uji Parsial (Uji t)	64
3.6.4.2 Uji Simultan (Uji F)	65
3.6.4.3 Koefisien Determinasi (R^2)	66
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	68
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	68
4.1.1 Profil Ramayana Tanjungpinang.....	68
4.1.2 Visi dan Misi Ramayana Tanjungpinang	68
4.1.3 Gambaran Umum Produk dan Layanan Ramayana Tanjungpinang	69
4.1.4 Distribusi Responden.....	71
4.1.5 Karakteristik Responden.....	73
4.2 Hasil Penelitian Dan Pembahasan	86
4.2.1 Teknik Analisis Data	86
4.2.1.1 Hasil Uji Statistik Deskriptif	86
4.2.2 Uji Kualitas Data	88
4.2.2.1 Uji Validitas	88
4.2.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	91
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	93
4.2.3.1 Hasil Uji Normalitas.....	94
4.2.3.2 Hasil Uji Multikolinearitas	97

4.2.3.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	98
4.2.3.4 Uji Regresi Linear Berganda.....	99
4.2.4 Uji Hipotesis	104
4.2.4.1 Uji Parsial (Uji t)	104
4.2.4.2 Uji Simultan (Uji F)	104
4.2.4.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	107
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	109
4.3.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	109
4.3.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	109
4.3.3 Pengaruh Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian	113
4.3.4 Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian	114
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	117
5.1 Kesimpulan	117
5.2 Saran....	118
DAFTAR PUSTAKA.....	120
LAMPIRAN.....	120

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Pra-Survei Terkait Tingkat Kunjungan dan Keputusan Pembelian di Ramayana Tanjungpinang	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	32
Tabel 2. 2 Hasil Penelitian Terdahulu	35
Tabel 3. 1 Definisi Operasional variabel	48
Tabel 3. 2 Bobot dan Nilai Kuesioner	57
Tabel 4. 1 Distribusi Responden	72
Tabel 4. 2 Identifikasi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	74
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status	75
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	76
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan dalam 6 Bulan Terakhir	77
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian dalam 6 Bulan Terakhir	78
Tabel 4. 8 Jawaban Responden Pada Variabel Citra Merek (X1)	79
Tabel 4. 9 Jawaban Responden Pada Variabel Harga (X2)	81
Tabel 4. 10 Jawaban Responden Pada Variabel Kelengkapan Produk (X3)	83
Tabel 4. 11 Jawaban Responden Pada Variabel Keputusan Pembelian (Y)	84
Tabel 4. 12 Hasil Uji Statistik Deskriptif	87
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (X1)	88

Tabel 4. 14 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X2)	89
Tabel 4. 15 Hasil Uji Validitas Variabel Kelengkapan Produk (X3)	90
Tabel 4. 16 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	90
Tabel 4. 17 Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek (X1)	92
Tabel 4. 18 Hasil Uji Reliabilitas Harga (X2).....	92
Tabel 4. 19 Hasil Uji Reliabilitas Kelengkapan Produk (X3)	93
Tabel 4. 20 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y).....	93
Tabel 4. 21 Hasil Uji <i>One-Sample Kolmogorov_Smirnov Test</i>	96
Tabel 4. 22 Hasil Uji Multikolinearitas	97
Tabel 4. 23 Hasil Uji Glejser	97
Tabel 4. 24 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	100
Tabel 4. 25 Hasil uji parsial (uji t).....	104
Tabel 4. 26 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	106
Tabel 4. 27 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram Persepsi Konsumen dalam Membandingkan Citra Ramayana Tanjungpinang dengan Pesaing	9
Gambar 1.2 Diagram Persepsi Konsumen terhadap Harga sebagai Faktor Penyebab Jarang Berbelanja di Ramayana Tanjungpinang	11
Gambar 1.3 Diagram Persepsi Konsumen terkait Kelengkapan Produk Ramayana Tanjungpinang	12
Gambar 4. 1 Produk Fashion Ramayana Tanjungpinang	70
Gambar 4. 2 Produk Tas dan Sepatu Ramayana Tanjungpinang.....	71
Gambar 4. 3 Produk Aksesoris Ramayana Tanjungpinang	71
Gambar 4. 4 Hasil Grafik Histogram	94
Gambar 4. 5 Hasil P-Plot.....	95
Gambar 4. 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot	98