

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN DI INDOMARET TENTARA PELAJAR KENDAL**

SKRIPSI

**Diajukan untuk melengkapi syarat-syarat guna menyelesaikan program
Sarjana Pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Program Studi Administrasi Bisnis**



Oleh :

AYUB BAGUS WIJAYANTO

NPM : 181003632110270

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SEMARANG

2021

HALAMAN PENGESAHAN

Berdasarkan laporan Panitia Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Semarang menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

“PENGARUH BRAND IMAGE DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI INDOMARET TENTARA PELAJAR KENDAL”

Diterima dan disahkan untuk melengkapi persyaratan menyelesaikan Program Sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Administrasi Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Semarang.

Semarang, Maret 2022

Dekan,



Dr. Rini Werdiningsih, M.S
NIDN.0621105901

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Diterima dan disahkan Dosen Pembimbing Skripsi untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Program Sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Semarang.

Semarang, Maret 2022

Dosen Pembimbing



Hermawan Budiyanto, S.Sos, M.Si
NIDN.0604076901


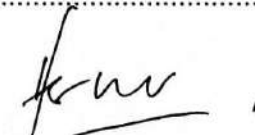

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Setelah skripsi ini diterima oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Semarang, selanjutnya mendapatkan pengesahan dan persetujuan untuk diajukan di muka Sidang Panitia Ujian Skripsi FISIP UNTAG Semarang, pada :

H a r i : Rabu

Tanggal : 23 Maret 2022

W a k t u : 13.00 WIB s/d selesai

NO	DOSEN PENGUJI	TANDA TANGAN
1.	Dra. Wahyu Wirasati, MA	1. 
2.	Hermawan Budiyanto, S.Sos, M.Si	2. 
3.	Drs. Bambang Agus Windu S., MA	3. 

ABSTRAK

Dari hasil data penjualan Indomaret Tentara Pelajar Kendal diketahui mengalami peningkatan dan penurunan sehingga bisa dikatakan bahwa pendapatan masih relatif stabil. Demi menjaga kestabilan bisnis sangat perlu memperhatikan citra merek dan promosi untuk bertahan dalam mengembangkan bisnisnya. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui tentang pengaruh brand Image dan promosi terhadap keputusan pembelian di Indomaret Tentara Pelajar Kendal. Penelitian ini menggunakan penelitian yang bersifat eksplanatori. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian di Indomaret Jalan Tentara Pelajar. Sampel pada penelitian ini sebanyak 60 konsumen. Teknik pengumpulan data menggunakan metode kuesioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik Sampling Accidental. Hasil dari penelitian ini adalah: 1. Berdasarkan analisa data pada variabel brand image didapatkan hasil sebesar 90%; 2. Berdasarkan analisa data pada variable promosi didapatkan hasil sebesar 87%.; 3. Dari hasil perhitungan nilai Koefisien Ganda sebesar 0,862 lalu dikonsultasikan dengan r tabel pada $N = 60$ taraf signifikansi 5% nilai r tabel sebesar 0,679. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa ada pengaruh antara Brand Image dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Indomaret Tentara Pelajar Kendal.

Kata Kunci: Brand Image, Promosi, dan Keputusan Pembelian.

-o0o-