

TESIS

**PENGARUH BRAND IMAGE, PROMOSI DAN HARGA
TERHADAP MINAT BELI PRODUK BUKET BUNGA DI
CV LAA TAHZAN FLORIST**



Oleh :

NANDA WULANDARI

NPM. 2022502014

**UNIVERSITAS INDO GLOBAL MANDIRI
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PROGRAM MAGISTER
PALEMBANG
2025**



FM-PM-09.5/05

FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PROGRAM MAGISTER



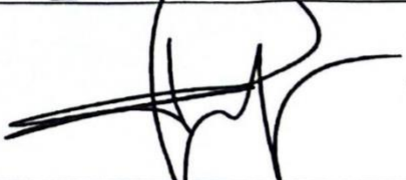

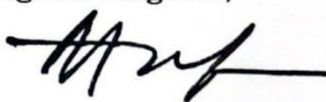
PENGESAHAN TESIS

JUDUL TESIS

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, PROMOSI, DAN HARGA TERHADAP
MINAT BELI PRODUK BUKET BUNGA DI CV. LAA TAHZAN FLORIST**

Nama Mahasiswa : Nanda Wulandari
NPM : 2022502014
Program Studi : Manajemen Program Magister
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah Diuji Dalam Sidang Tesis
Pada Tanggal 12 Februari 2025

No	Komisi Penguji Sidang Tesis,	Tanda Tangan
01	Ketua Komisi Penguji / Pembimbing Utama Dr. Muhammad Wadud, S.E., M.Si., CF., CDM., Cmarcom NIDN. 0007077501	
02	Anggota Komisi Penguji I Dr. Juhaini Alie, S.H., M.M NIDN. 0210067003	
03	Anggota Komisi Penguji II Dr. Tien Yustini., M.Si., CIRR., CLMA NIDN. 0228047001	
	Disetujui oleh; Dekan Fakultas Ekonomi,  Budi Setiawan, SE., MM., Ph.D NIDN. 0208048701	Diketahui oleh; Ketua Program Studi Manajemen Program Magister,  Dr. Muhammad Wadud, S.E., M.Si., CF., CDM., CMarcom. NIDN. 0007077501



FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PROGRAM MAGISTER

PERSETUJUAN PERBAIKAN TESIS

JUDUL TESIS

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, PROMOSI, DAN HARGA TERHADAP
MINAT BELI PRODUK BUKET BUNGA DI CVLAA TAHZAN FLORIST**

Nama Mahasiswa : Nanda Wulandari
NPM : 2022502014
Program Studi : Manajemen Program Magister
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah Memenuhi Kriteria Dan Disetujui Perbaikan Tesis

Palembang, 18 / Februari / 2025

**Ketua Komisi Penguji/
Pembimbing,**

**Dr. Muhammad Wadud, S.E., M.Si., CF., CDM., CMarcom.
NIDN. 0007077501**

Anggota Komisi Penguji I,

**Dr. Juhaini Alie, S.H., M.M
NIDN. 0210067003**

Anggota Komisi Penguji II,

**Dr. Tien Yustini., M.Si., CIRR.,
CIMA
NIDN.0228047001**

Palembang, 18 / Februari / 2025
Dekan Fakultas Ekonomi,

FAKULTAS EKONOMI

**Budi Setiawan, SE., MM., Ph.D
NIDN. 0208048701**

Palembang, 18 / Februari / 2025
**Ketua Program Studi Manajemen
Program Magister,**

**Dr. Muhammad Wadud, S.E., M.Si.,
CF., CDM., CMarcom.
NIDN. 0007077501**



FM-PM-09.5/05

FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PROGRAM MAGISTER

LEMBAR PERSETUJUAN TESIS

Tesis ini diajukan oleh,

Judul : Pengaruh *Brand Image*, Promosi, dan Harga
Terhadap Minat Beli Produk Buket Bunga di CV.
Laa Tahzan Florist

Nama Mahasiswa : Nanda Wulandari

NPM : 2022502014

Program Studi : Manajemen Program Magister

Telah dipertahankan di hadapan Komisi Penguji Sidang Tesis, dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Manajemen Program Magister Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri.

Komisi Penguji Sidang Tesis,

Ketua Komisi Penguji /
Pembimbing Utama,

Dr. Muhammad Wadud, S.E., M.Si., CF.,
CDM., CMarcom.
NIDN. 0007077501

Anggota Komisi Penguji I

Dr. Juhaini Alie, S.H., M.M
NIDN. 0210067003

Anggota Komisi Penguji II

Dr. Tien Yustini, M.Si., CIRR., CLMA
NIDN. 0228047001

Disahkan oleh:

Ketua Program Studi Manajemen
Program Magister,

Dr. Muhammad Wadud, S.E., M.Si.,
CF., CDM., CMarcom.
NIDN. 0007077501

Dekan Fakultas Ekonomi,

FAKULTAS EKONOMI

Budi Setiawan, SE., MM., Ph.D
NIDN. 0208048701

PERNYATAAN BUKAN PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap : Nanda Wulandari

NPM : 2022502014

Dengan ini menyatakan bahwa sesungguhnya tesis saya yang berjudul:

PENGARUH BRAND IMAGE, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI PRODUK BUKET BUNGA DI CV LAA TAHZAN FLORIST

Tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar keserjanaan di perguruan tinggi lain dan benar-benar hasil penelitian saya, sesuai kode etik akademik penulisan ilmiah. Pengutipan hasil penelitian orang lain atau penggunaan teori penelitian, saya selalu disebutkan sumber kutipan yang bersangkutan. Jika saya melakukan plagiarisme dan melanggar pernyataan tersebut, maka saya bersedia dikenakan sanksi akademik yang diberikan di Universitas Indo Global Mandiri Palembang.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dan saya tanda tangani secara sadar dan sebenarnya, untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Palembang, 24 Februari 2025

Yang Menyatakan,



Nanda Wulandari

20225002014

**DEKLARASI HAK CIPTA DAN PERSEMBAHAN LICENSI
TESIS TERBATAS KEPADA PROGRAM MAGISTER
MANAJEMEN UNIVERSITAS IGM**

Dengan ini, saya selaku penulis dan pemilik hak cipta kekayaan intelektual berupa tesis yang berjudul;

**PENGARUH BRAND IMAGE, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP
MINAT BELI PRODUK BUKET BUNGA DI CV LAA TAHZAN FLORIST**

Dengan sebenarnya memberikan kewenangan terbatas kepada program studi manajemen program magister Universitas Indo Global Mandiri Palembang, untuk menyimpan pada perpustakaan, menggandakan dan mensitasi untuk kepentingan penelitian ilmiah.

Demikianlah deklarasi ini dibuat dengan sesungguhnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Palembang, 24 Februari 2025
Yang Menyatakan,



Nanda Wulandari
2022502014

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kahadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat, karunia, dan hidayah-nya, penulis dapat menyelesaikan tesis ini yang berjudul "**PENGARUH BRAND IMAGE, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI PRODUK BUKET BUNGA DI CV LAA TAHZAN FLORIST**", Disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar magister di fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indo Global Mandiri Palembang.

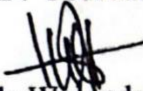
Penyusunan tesis ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Marzuki Ali, S.E., M.M selaku rektor Universitas Indo Global Mandiri Palembang
2. Bapak Budi Setiawan S.E., M.M., PhD selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indo Global Mandiri Palembang
3. Bapak Dr. Muhammad Wadud, S.E., Msi., CF., CDM., Cmarcom selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Indo Global Mandiri dan juga Pembimbing Akademik yang dengan penuh sabar dan perhatian dalam memberikan kontribusi berharga dalam bimbingan selama penyusunan tesis
4. Bapak Dr. Juhaine Alie, M.M. Ibu Dr. Tien Yustini, S.E., M.Si dan Ibu Dr. Hj. Luis Marnisah., MM., CIQnR., CISHR selaku penguji pada saat sidang Proposal dan sidang Tesis yang telah memberikan banyak masukan dan saran yang membangun dalam penyusunan Proposal dan Tesis
5. Bapak dan Ibu dosen beserta seluruh staf dan karyawan Magister Manajemen Universitas Indo Global Mandiri Palembang
6. Pimpinan, staf, dan karyawan beserta konsumen CV Laa Tahzan Florist yang bersedia meluangkan waktu dalam melakukan penelitian
7. Teman-teman Magister Manajemen 2023, rekan-rekan, dan semua pihak yang telah membantu yang namanya tidak bisa disebutkan satu persatu dalam penyusunan tesis ini, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Tesis ini disusun dengan penuh usaha dan kerja keras, meskipun demikian penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan baik dalam penyajian maupun pemikiran yang disampaikan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang konstruktif sangat saya harapkan demi penyempurnaan hasil karya ini di masa depan.

Akhir kata, semoga tesis ini dapat memberikan manfaat, tidak hanya bagi pengembangan ilmu pengetahuan, tetapi juga bagi pembaca yang tertarik dengan topik yang dibahas. Penulis berharap agar hasil karya ini dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan dunia akademik dan masyarakat.

Palembang, 24 Februari 2025


Nanda Wulandari

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh brand image, promosi, dan harga terhadap minat beli produk buket bunga di CV Laa Tahzan Florist. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar kepada 287 responden yang merupakan pelanggan CV Laa Tahzan Florist. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, brand image, promosi, dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Selain itu, secara simultan, ketiga variabel tersebut juga berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ketiga faktor tersebut merupakan determinan penting dalam meningkatkan minat beli produk buket bunga di CV Laa Tahzan Florist. Implikasi dari penelitian ini adalah pentingnya perusahaan untuk terus membangun brand image yang kuat, menjalankan program promosi yang efektif, serta menetapkan harga yang kompetitif untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar.

Kata Kunci: brand image, promosi, harga, minat beli, produk buket bunga

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of brand image, promotion, and price on purchasing interest in flower bouquet products at CV Laa Tahzan Florist. The research method used is quantitative with a survey approach. Data were collected through questionnaires distributed to 287 respondents who were customers of CV Laa Tahzan Florist. Data analysis was carried out using multiple linear regression. The results of the study showed that partially, brand image, promotion, and price have a positive and significant influence on consumer purchasing interest. In addition, simultaneously, the three variables also have a significant effect on consumer purchasing interest. Thus, it can be concluded that these three factors are important determinants in increasing purchasing interest in flower bouquet products at CV Laa Tahzan Florist. The implication of this study is the importance of companies to continue to build a strong brand image, run effective promotion programs, and set competitive prices to maintain and increase market share.

Keywords: brand image, promotion, price, purchasing interest, flower bouquet products

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
PERNYATAAN BUKAN PLAGIARISM	iii
DEKLARASI HAK CIPTA	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	6i
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	12i
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Perumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	11
a. Manfaat Teorits	11
b. Manfaat Praktis	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Kajian Pustaka.....	13
2.1.1 Konsep Manajemen.....	13
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	22
2.1.3 Minat Beli	33
2.1.4 Brand Image	46
2.1.5 Promosi	57
2.2 Penelitian Terdahulu	64
2.3 Kerangka pemikiran	69
2.4 Hipotesis.....	70
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	73
3.1.1 Lokasi dan waktu penelitian	73
3.1.2 Populasi dan sampel.....	73
3.1.3 Jenis dan sumber data	74
3.1.4 Metode Pengumpulan Data	76
3.1.5 Definisi Operasional Variabel.....	78
3.1.6 Rancangan analisis data	79
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Hasil Penelitian	50
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	62
BAB V PENUTUP	70
5.1 Kesimpulan	70
5.2 Saran.....	71
5.3 Implikasi Manajerial	73
5.4 Rencana Penelitian kedepan.....	73
DAFTAR PUSTAKA	75

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3.1 Skala Pengukuran Kuesioner	44
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	44
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	51
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel 4.5 Deskripsi Brand Image.....	53
Tabel 4.6 Deskripsi Promosi	53
Tabel 4.7 Deskripsi Harga	54
Tabel 4.8 Deskripsi Minat Beli	55
Tabel 4.9 Uji Validitas	56
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas	56
Tabel 4.11 Uji Normalitas dan Residual	57
Tabel 4.12 Uji Multikolinieritas.....	59
Tabel 4.13 Ringkasan Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana.....	60
Tabel 4.14 Uji t	61
Tabel 4.15 Uji F	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka pemikiran	38
Gambar 4.1 Hasil Uji Heterokedastisitas	58