

KUESIONER PENELITIAN

Judul : Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kue di CV. Wery Group.

Nama Peneliti : Viky Martin Lase

NIM : 2321426

Petunjuk Pengisian

1. Kuesioner ini terdiri dari empat bagian yaitu:
 - a) Identitas responden,
 - b) Citra Merek,
 - c) Harga
 - d) Keputusan Pembelian
2. Setiap butir pernyataan serta *alternative* jawaban dibaca teliti dan mohon dijawab tanpa ada yang terlewatka.

Angket akan diedarkan kepada seluruh responden yang terdiri dari lima opsi alternatif jawaban. Dimana tiap opsi tersebut mempunyai bobot sebagai berikut:

Opsi SS (sangat setuju) diberi skor	= 5
Opsi S (setuju) diberi skor	= 4
Opsi RR (ragu-ragu) diberi skor	= 3
Opsi TS (tidak setuju) diberi skor	= 2
Opsi STS (sangat tidak setuju) diberi skor	= 1
3. Untuk bagian II, III, IV daftar pertanyaan diisi dengan cara memberikan tanda *Chek klist* ($\checkmark$) pada salah satu alternatif jawaban sesuai dengan pendapat saudara/saudari. Jika jawaban yang tersedia ada yang tidak sesuai dimohon untuk memilih yang paling mendekati sesuai dengan pendapat saudara/saudari.

I. Data Responden

1. No. Keusioner :
2. Nama :
3. Jenis Kelamin :
4. Usia :
5. Alamat :
.....
.....

II. Variabel Citra Merek

NO	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Citra Pembuat						
1	Saya merasa bahwa CV. Wery Group memiliki reputasi yang baik dan dapat dipercaya dalam menyediakan produk berkualitas.					
2	Saya merasa bahwa produk dari CV. Wery Group memiliki konsumen yang loyal.					
3	Saya membeli produk CV. Wery Group karena merek tersebut termasuk salah satu merek kue lokal ternama di Gunungsitoli.					
4	Saya merasa produk CV. Wery Group dapat dipercaya dalam hal kualitas dan layanan					
Citra Produk						
5	Saya merasa yakin bahwa produk kue ini aman dan bersih.					
6	Saya merasa bahwa produk CV. Wery Group memiliki kualitas yang baik.					
7	Saya merasa produk CV. Wery Group memberikan manfaat yang sesuai dengan kebutuhan say					
Citra Pengguna						
8	Saya membeli produk CV. Wery Group karena citra mereknya yang memiliki status sosial tinggi.					
9	Saya percaya pembeli produk CV. Wery Group memiliki selera yang baik dan berkualitas.					
10	Saya merasa lebih percaya diri saat memberikan produk CV. Wery Group kepada orang lain.					

III. Variabel Harga

NO	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Keterjangkauan harga						
1	Produk CV. Wery Group menawarkan harga yang terjangkau dibandingkan dengan produk serupa di pasar.					
2	Saya merasa harga produk CV. Wery Group layak dengan manfaat yang saya peroleh.					
3	Saya merasa tidak terbebani secara finansial saat membeli produk CV. Wery Group					
Keselarasn harga pada mutu barang dan layanan						
4	Harga produk CV. Wery Group sesuai dengan kualitas yang diberikan.					
5	Harga produk CV. Wery Group sebanding dengan manfaat yang saya dapatkan dari produk tersebut.					
6	Saya bersedia membeli kembali karena merasa kualitasnya sebanding dengan harganya.					
Daya Saing Harga						
7	Saya merasa harga produk CV. Wery Group sudah baik jika dibandingkan dengan kualitas yang ditawarkan dan harga pesaing.					
8	Saya merasa harga produk CV. Wery Group sangat kompetitif di pasar jika dibandingkan dengan merek lain yang menawarkan produk serupa.					
Kesesuaian harga dengan manfaat						
9	Saya merasa bahwa harga yang saya bayar sebanding dengan manfaat yang saya peroleh dari CV. Wery Group.					
10	Saya merasa harga produk CV. Wery Group mencerminkan manfaat yang saya peroleh saat mengonsumsinya					

IV. Keputusan Pembelian

NO	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Pembelian produk						
1	Saya cenderung membeli produk CV. Wery Group karena memenuhi kebutuhan saya.					
2	Keputusan saya untuk membeli produk CV. Wery Group dipengaruhi oleh pengalaman positif sebelumnya.					
Pembelian merek						
3	Saya cenderung membeli produk CV. Wery Group hanya karena merek yang terkenal.					
4	Saya selalu merasa puas dengan produk dari merek CV. Wery Group, yang membuat saya terus membelinya.					
Pemilihan saluran pembelian						
5	Saya lebih suka membeli produk CV. Wery Group, melalui toko fisik karena dapat langsung melihat dan merasakan produk.					
6	Saya lebih suka membeli kue ini secara online karena lebih praktis.					
Pemilihan waktu pembelian						
7	Saya biasanya menentukan waktu tertentu sebelum membeli produk CV. Wery Group.					
8	Saya memilih waktu pembelian agar kue tetap dalam kondisi segar.					
Jumlah						
9	Saya biasanya membeli lebih dari satu produk kue CV. Wery Group.					
10	Saya menyesuaikan jumlah pembelian kue dengan kebutuhan					

DATA KUESIONER CITRA MEREK (X1)

NO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Jumlah
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
2	5	5	4	4	4	3	4	4	3	4	40
3	5	5	4	5	4	5	4	3	3	4	42
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	42
5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	45
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
7	4	4	5	5	5	4	4	3	4	4	42
8	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
9	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	45
10	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	44
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
12	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	48
13	5	4	5	4	4	4	4	3	3	5	41
14	5	3	4	4	5	5	4	5	4	4	43
15	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
16	5	4	3	4	5	4	4	4	5	5	43
17	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	43
18	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	44
19	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	44
20	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	46
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
23	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	45
24	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	48
25	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	46
26	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	45
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
28	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	43
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
30	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	46
31	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	46
32	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	45
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
34	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
35	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	48
36	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	45
37	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	47
38	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	44
39	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	47
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
41	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
42	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	46

43	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	46
44	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	48
45	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	48
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
47	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	44
48	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	45
49	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	43
50	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	44
51	4	4	5	4	5	4	3	5	4	5	43
52	5	4	4	5	5	4	4	3	3	5	42
53	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
54	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
55	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	44
56	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	48
57	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
59	4	4	5	4	5	5	4	3	4	4	42
60	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	47
61	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	43
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
63	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	43
64	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	45
65	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	45
66	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	45
67	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	42
68	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
69	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	46
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
71	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	48
72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
73	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	46
74	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	45
75	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	45
76	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	45
77	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	46
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
79	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	44
80	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	46
81	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
82	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	44
83	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	43
84	4	4	4	5	4	4	5	2	3	4	39
85	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
86	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	47
87	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	47
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
89	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	45

90	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	40
$\Sigma=$	417	394	415	406	412	413	400	385	389	409	4040

DATA KUESIONER HARGA (X2)

NO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Jumlah
1	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	46
2	3	4	4	4	4	3	4	3	5	3	37
3	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	45
4	4	5	4	5	3	5	3	4	5	4	42
5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	46
6	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	45
7	3	4	4	4	5	4	4	3	5	5	41
8	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	44
9	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	47
10	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	43
11	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	47
12	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	47
13	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	43
14	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	45
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
16	5	5	4	5	4	5	3	3	4	4	42
17	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	45
18	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	37
19	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	37
20	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
21	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	47
22	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	34
23	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	45
24	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	45
25	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	47
26	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	35
27	3	4	5	5	5	4	4	4	5	5	44
28	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	47
29	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	45
30	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	46
31	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	44
32	5	5	5	5	4	4	5	4	3	3	43
33	5	5	4	3	4	3	4	4	4	3	39
34	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	47
35	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	46
36	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
37	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	46
38	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	42
39	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	47
40	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	44

41	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	44
42	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	43
43	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	44
44	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	48
45	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
46	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	48
47	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	46
48	5	5	4	5	5	5	4	3	3	4	43
49	3	3	4	4	3	4	4	5	4	5	39
50	5	4	3	5	3	4	5	5	5	3	42
51	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	37
52	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	37
53	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
54	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	43
55	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	43
56	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	46
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
58	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	43
59	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	46
60	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	43
61	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	44
62	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	44
63	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	44
64	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	43
65	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	44
66	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	44
67	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	44
68	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	45
69	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	44
70	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	45
71	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	48
72	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	44
73	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
74	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	46
75	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	45
76	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	47
77	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	45
78	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	46
79	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	46
80	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	43
81	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	47
82	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	44
83	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	43
84	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	38
85	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	47
86	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
87	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	45

[illegible]

88	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	46
89	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	46
90	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	38
$\Sigma=$	403	431	398	406	427	390	426	421	426	428	4156

VALIDITAS X1

Correlations

		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1_8	X1_9	X1_10	X1
X1_1	Pearson Correlation	1	.521**	.188	.271**	.143	.423**	.296**	.297**	.226*	.230*	.616**
	Sig. (2-tailed)		.000	.075	.010	.178	.000	.005	.004	.032	.029	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X1_2	Pearson Correlation	.521**	1	.181	.246*	.149	.297**	.418**	.158	.193	.197	.574**
	Sig. (2-tailed)	.000		.087	.019	.162	.004	.000	.138	.069	.062	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X1_3	Pearson Correlation	.188	.181	1	.257*	.319**	.323**	.107	.300**	.314**	.309**	.574**
	Sig. (2-tailed)	.075	.087		.015	.002	.002	.314	.004	.003	.003	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X1_4	Pearson Correlation	.271**	.246*	.257*	1	.424**	.299**	.195	.008	.084	.043	.474**
	Sig. (2-tailed)	.010	.019	.015		.000	.004	.065	.942	.429	.690	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X1_5	Pearson Correlation	.143	.149	.319**	.424**	1	.367**	.039	.126	.166	.257*	.507**
	Sig. (2-tailed)	.178	.162	.002	.000		.000	.718	.235	.117	.014	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X1_6	Pearson Correlation	.423**	.297**	.323**	.299**	.367**	1	.268*	.317**	.261*	.223*	.654**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.002	.004	.000		.011	.002	.013	.034	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X1_7	Pearson Correlation	.296**	.418**	.107	.195	.039	.268*	1	.301**	.340**	.139	.545**

[illegible]

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

VALIDITAS X2

Correlations

[illegible]

X2_2	Pearson Correlation	.677**	1	.228*	.269*	.124	.284**	.243*	.058	.154	.135	.571**
	Sig. (2-tailed)	.000		.031	.010	.245	.007	.021	.589	.146	.204	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X2_3	Pearson Correlation	.285**	.228*	1	.097	.187	.288**	.215*	.156	.186	.311**	.523**
	Sig. (2-tailed)	.006	.031		.365	.077	.006	.042	.143	.080	.003	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X2_4	Pearson Correlation	.243*	.269*	.097	1	.236*	.300**	.364**	.245*	.100	.087	.530**
	Sig. (2-tailed)	.021	.010	.365		.025	.004	.000	.020	.350	.416	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X2_5	Pearson Correlation	.106	.124	.187	.236*	1	.257*	.162	.260*	.161	.321**	.510**
	Sig. (2-tailed)	.321	.245	.077	.025		.014	.126	.013	.130	.002	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X2_6	Pearson Correlation	.282**	.284**	.288**	.300**	.257*	1	.069	.289**	.293**	.413**	.627**
	Sig. (2-tailed)	.007	.007	.006	.004	.014		.516	.006	.005	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X2_7	Pearson Correlation	.299**	.243*	.215*	.364**	.162	.069	1	.486**	.126	.223*	.580**
	Sig. (2-tailed)	.004	.021	.042	.000	.126	.516		.000	.237	.035	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X2_8	Pearson Correlation	.171	.058	.156	.245*	.260*	.289**	.486**	1	.174	.278**	.575**
	Sig. (2-tailed)	.107	.589	.143	.020	.013	.006	.000		.101	.008	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X2_9	Pearson Correlation	.073	.154	.186	.100	.161	.293**	.126	.174	1	.330**	.459**
	Sig. (2-tailed)	.495	.146	.080	.350	.130	.005	.237	.101		.001	.000

	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X2_10	Pearson Correlation	.074	.135	.311**	.087	.321**	.413**	.223*	.278**	.330**	1	.573**
	Sig. (2-tailed)	.489	.204	.003	.416	.002	.000	.035	.008	.001		.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X2	Pearson Correlation	.585**	.571**	.523**	.530**	.510**	.627**	.580**	.575**	.459**	.573**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

VALIDITAS Y

Correlations

		Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_6	Y_7	Y_8	Y_9	Y_10	Y
Y_1	Pearson Correlation	1	.321**	.393**	.143	.254*	.321**	.271**	.311**	.145	.194	.616**
	Sig. (2-tailed)		.002	.000	.180	.016	.002	.010	.003	.173	.067	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Y_2	Pearson Correlation	.321**	1	.196	.246*	.196	.192	.181	.342**	.242*	.403**	.544**
	Sig. (2-tailed)	.002		.065	.019	.064	.070	.088	.001	.021	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Y_3	Pearson Correlation	.393**	.196	1	.444**	.281**	.345**	.400**	.212*	.185	.085	.676**
	Sig. (2-tailed)	.000	.065		.000	.007	.001	.000	.044	.082	.427	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Y_4	Pearson Correlation	.143	.246*	.444**	1	.232*	.196	.446**	.220*	.302**	.111	.589**

[illegible]

N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

RELIBIALITAS X1

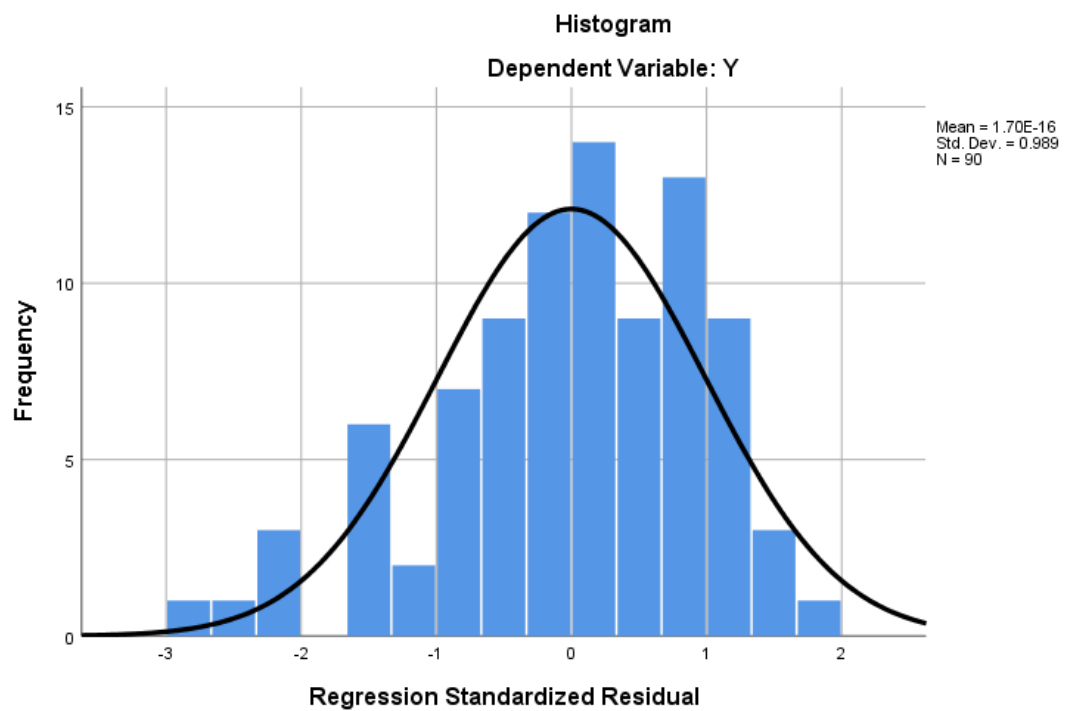
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.772	10

RELIBIALITAS X2

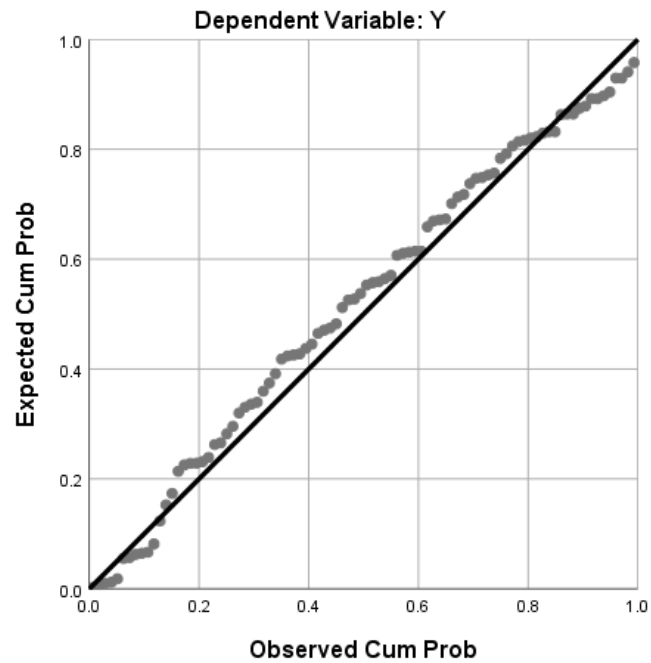
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.749	10

RELIBIALITAS Y

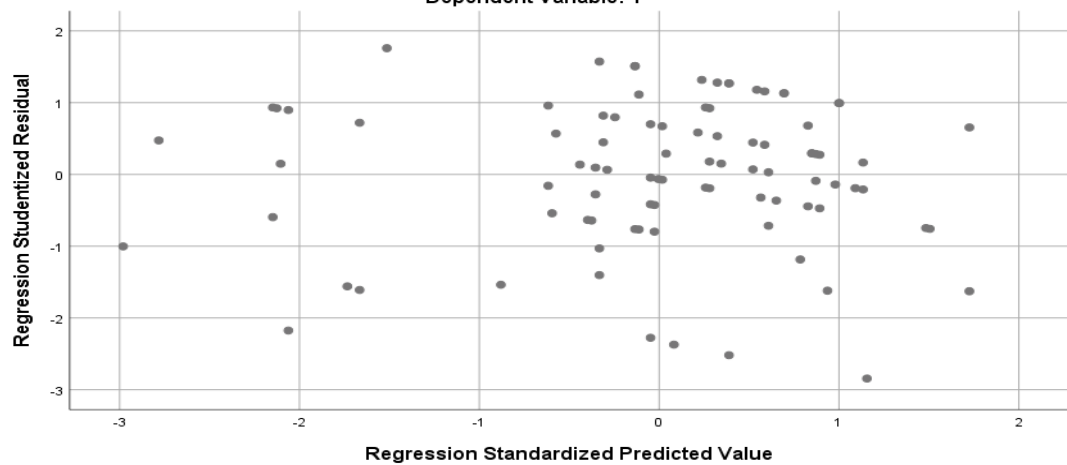
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.767	10



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Scatterplot
Dependent Variable: Y



Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	30.907	5.029		6.145	.000		
	XI	-.026	.099	-.027	-.265	.791	.912	1.097

	X2	.373	.090	.422	4.129	.000	.912	1.097
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian								

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	132.251	2	66.125	9.033	.000 ^b
	Residual	636.905	87	7.321		
	Total	769.156	89			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)						
b. Predictors: (Constant), Harga (X2), Citra Merek (X1)						

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.415 ^a	.172	.153	2.70569
a. Predictors: (Constant), X2, X1				
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian				

DOKUMENTASI PENYEBARAN KUESIONER









YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI

Alamat : Jalan Karet No.30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage: <https://unias.ac.id> email: fe@unias.ac.id

Gunungsitoli, 01 November 2024

Hal : Pengajuan Judul Rancangan Penelitian

Kepada Yth.
Bapak Dosen
Penasihat Akademik

EDUAR BAENE, SE.,M.Si

Dengan hormat,

1. Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Viky Martin Lase

NIM : 2321426

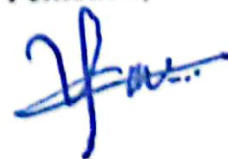
Jumlah SKS yang telah diselesaikan : 130 SKS

Dengan ini mengajukan Judul Rancangan Penelitian dan memohon kepada Bapak kiranya dapat berkenan menyetujui salah satu judul yang saya ajukan di bawah ini :

NO	Judul	Persetujuan	
		Tanggal	Paraf
1	Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kue Di CV. Wery Group		
2	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kue Di CV. Wery Group		
3	Analisis Citra Merek dalam keputusan pembelian Produk Kue Di CV. Wery Group		

2. Demikian permohonan ini saya ajukan dengan harapan semoga Bapak/Ibu dapat mempertimbangkannya.

Hormat Saya
Pemohon,



Viky Martin Lase
NIM. 2321426



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI

Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage: <https://mnj.unias.ac.id> email: mnj@unias.ac.id

OUTLINE TOPIK PENELITIAN SKRIPSI

Nama : VIKY MARTIN LASE
NIM : 2321426
Program : Sarjana
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi

Judul	Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kue Di CV. Wery Group
Fenomena	Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan terdapat sebuah fenomena yang terjadi saat ini di Wery Bakery, yaitu meskipun terdapat banyak saingan usaha bahkan produk yang sama dan relatif lebih murah dari produk Wery Bakery, konsumen tetap lebih memilih untuk berbelanja di Wery Bakery karena citra merek yang mereka miliki. Fenomena yang terjadi pada produk – produk dari Wery Bakery tidak terlepas dari kepuasan setiap konsumen ataupun pelanggan yang cenderung terhadap persepsi masyarakat pada produk dari Wery Bakery, yang dimana pandangan konsumen atau masyarakat berasumsi bahwa produk – produk kue dari Wery Bakery sedikit ada perbedaan dari toko – toko kue lainnya. Namun yang menjadi permasalahannya adalah produk kue dari <i>brand</i> Wery Bakery memiliki harga yang sedikit lebih mahal dibandingkan dengan produk – produk kue dari perusahaan atau toko lainnya. Tentunya dengan permasalahan ini akan mempengaruhi keputusan pelanggan dalam melakukan pembelian pada produk lain yang memiliki harga sedikit lebih murah daripada produk Wery Bakery.
Lokasi Penelitian	CV. Wery Group
Alamat	Jalan Pelud Binaka Km.6 Simpang Miga - Gunungsitoli
Latar Belakang Masalah	Pada era saat ini banyak pengusaha atau pebisnis khususnya dalam bidang kuliner yang terus berusaha untuk

melakukan pengembangan pada bisnisnya. Dalam mengembangkan bisnis tersebut berbagai upaya yang harus dilakukan salah satunya adalah dengan menjaga citra merek dan harga. Pentingnya menjaga citra ini karena citra mencerminkan bagaimana seseorang atau suatu entitas dilihat oleh orang lain. Citra yang positif dapat membuka banyak peluang, sementara citra yang negatif dapat menutup kesempatan dan merusak reputasi. Citra merek ini merupakan salah satu kekuatan yang dapat membantu produk – produk dari sebuah perusahaan lebih mudah memasuki pasar, hal ini sejalan dengan apa yang dinyatakan oleh Sirait, dkk (2022:90) dimana merek banyak membantu perusahaan menguasai pasar.

Citra merek yang baik pada benak konsumen akan mempermudah atau mempercepat produk sebuah perusahaan dilirik serta dibeli oleh konsumen tersebut, seperti yang diungkapkan oleh Agustina (2023:63) bahwa konsumen yang memiliki citra yang positif terhadap suatu merek, akan lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian. Hal ini dikarenakan etika konsumen merasa merek tersebut dapat dipercaya dan berkualitas, mereka merasa lebih aman dalam mengambil keputusan pembelian. Mengurangi rasa kekhawatiran atau kekecewaan sehingga konsumen lebih mudah untuk mengambil langkah berikutnya dan melakukan pembelian. Dengan demikian citra merek memegang peranan penting dalam pengembangan sebuah merek, dan citra merek adalah representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek itu.

Karena citra merek ini sangat penting bagi sebuah perusahaan, maka sudah seharusnya setiap perusahaan harus menciptakan citra merek yang positif karena akan sangat mempengaruhi konsumen, hal ini sejalan dengan apa yang dinyatakan oleh Hafidz & Muslimah (2023:254) bahwa citra merek penting juga bagi perusahaan karena untuk mempengaruhi apakah pelanggan akan membeli produk atau menggunakan layanan atau tidak, sehingga perusahaan perlu fokus untuk membangun identitas merek yang positif.

Selanjutnya dalam mengembangkan bisnis harga menjadi pertimbangan yang sangat penting, hal ini disebabkan karena harga bisa mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan. Jika sebuah bisnis dapat memberikan harga yang kompetitif dengan kualitas yang baik, pelanggan akan tetap memilih serta loyal pada produk tersebut dimasa yang akan datang. Sebaliknya, ketidaksesuaian harga dengan ekspektasi konsumen bisa merusak hubungan jangka panjang.

Persaingan bisnis dalam tingkat global saat ini sangatlah kompetitif. Perkembangan dunia bisnis yang semakin pesat, mengakibatkan semakin ketatnya pesaing bisnis. Banyak pelaku bisnis yang berlomba-lomba untuk menguasai pasar sehingga banyak cara yang dilakukan perusahaan agar produknya bisa bersaing dengan produk lain. Menguasai pasar memungkinkan bisnis memiliki pangsa pasar yang lebih besar dan secara langsung berhubungan dengan pendapatan yang lebih tinggi.

Harga yang lebih tinggi sering diasosiasikan dengan kualitas atau status tertentu, sementara harga yang lebih rendah dapat menarik konsumen yang sensitif terhadap anggaran. Bisnis perlu menetapkan harga yang sesuai dengan positioning merek mereka untuk memastikan produk tersebut ditempatkan dengan benar di pasar. Hal ini sejalan dengan apa yang dinyatakan oleh Achmad Fauzi, dkk (2022:507) bahwa harga merupakan faktor utama yang mempengaruhi pilihan pembeli, dan harga memegang peranan penting dalam menentukan perilaku pembelian konsumen. Hal ini dikarenakan konsumen sering kali menilai nilai suatu produk berdasarkan harga yang mereka bayar. Jika harga dianggap sesuai dengan manfaat atau kualitas yang diterima, mereka akan merasa bahwa produk tersebut "bernilai". Sebaliknya, jika harga terlalu tinggi dibandingkan dengan apa yang mereka anggap sebagai nilai produk, konsumen bisa merasa tidak puas atau ragu untuk membeli. Dengan kata lain, harga membantu konsumen menentukan apakah suatu produk atau layanan memberikan nilai yang mereka harapkan.

Di Kota Gunungsitoli sendiri sudah banyak perusahaan dan UMKM (Usaha Mikro, Kecil Menengah) yang telah

memiliki merek serta produk tersendiri. Usaha - usaha yang bergerak dalam bidang kuliner khususnya produk kue, akhir - akhir ini sedang menjamur di Kota dan sekitarnya. Umumnya usaha yang memproduksi kue ini dikenal dengan istilah usaha *bakery*.

Salah satu usaha yang memproduksi produk kue adalah CV. Wery Group dengan nama toko Wery Bakery. Perusahaan ini merupakan salah satu industri produk kue yang telah berhasil membangun citra merek yang kuat dan dikenal oleh banyak konsumen. Sebagai perusahaan yang berorientasi pada laba, tentunya CV. Wery Group mengharapkan adanya peningkatan penjualan pada setiap tahunnya, dan hal ini tidak terlepas dari pentingnya bagaimana harus membangun Citra Merek yang baik dimata konsumen serta melalui Harga yang terjangkau oleh konsumen. Hal ini diharapkan nantinya mampu bertahan dan bersaing dengan produk sejenis, serta agar dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian pada produknya.

Saat ini konsumen semakin pintar dan selektif dalam memilih makanan yang akan mereka konsumsi. Mereka akan membandingkan antara produk satu dengan yang lain untuk menemukan produk yang pas untuk dibeli, hal ini sejalan dengan apa yang dinyatakan oleh Kholbi, dkk dalam jurnalnya (2023:1326) bahwa dalam melakukan keputusan pembelian, ada beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan oleh para konsumen, seperti citra merek, dan harga.

Wery Bakery memiliki Produk kue dengan harga yang beragam dan sesuai harga yang ditawarkan. Dari segi harga, produk Wery Bakery dapat dikatakan cukup kompetitif dalam menentukan harga yang ditawarkan karena harga merupakan hal yang paling sensitif bagi konsumen. Sehingga mahal atau tidaknya harga di sebuah toko tersebut bisa dinilai sendiri oleh para konsumen karena kebutuhan dari konsumen itu berbeda-beda, akan tetapi konsumen cenderung lebih tertarik kepada harga yang relative murah dari toko lain.

Adanya kaitan antara merek dan harga dapat dilihat dari penilaian setiap konsumen terhadap barang atau produk yang

akan dibeli, konsumen akan menentukan setiap keputusan pembeliannya terhadap sebuah barang atau produk akan tergantung pada setiap *brand image* atau citra merek yang sesuai dengan keinginannya. Selanjutnya, setiap konsumen juga akan melakukan penyesuaian dengan harga produk berdasarkan merek yang akan dipilihnya. Oleh karena itu, ketentuan merek dan harga menjadi salah satu pemicu konsumen untuk memutuskan membeli produk tersebut.

Hubungan antara merek dan harga yang berdampak terhadap keputusan pembelian konsumen juga dapat dilihat dari hasil penelitian yang relevan dilakukan oleh Wicaksono, dll (2023:16) dimana harga dan citra merek memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Apriany & Gendalasari (2022:113) dinyatakan bahwa citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berbanding terbalik dari penelitian yang dilakukan oleh Ustadriatul Mukarromah, dkk (2022:81) dimana dinyatakan bahwa citra merek tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi, dkk (2021:158) dinyatakan bahwa variabel harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Susilowati & Utari (2022:139) dimana hasil penelitian yang dilakukan adalah harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Fadillah (2023:11) menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Proses keputusan pembelian pada dasarnya sama bagi setiap orang, namun dipengaruhi oleh ciri kepribadian, usia, pendapatan, dan gaya hidup. Saat membuat keputusan pembelian, seseorang juga mengidentifikasi semua opsi yang mungkin untuk memecahkan masalah. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk mempelajari perilaku konsumen ketika mengambil keputusan. Konsumen kemudian mengambil keputusan pembelian produk berdasarkan kebutuhan dan manfaatnya (Purnomo,

2024:3).

Dari beberapa penelitian sebelumnya, citra merek, dan harga tidak selalu berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian. Oleh sebab itu, sangat diperlukan penelitian lebih lanjut untuk memahami seberapa besar pengaruh citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian, dan kemudian untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk kue di Wery Bakery.

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan terdapat sebuah fenomena yang terjadi saat ini di Wery Bakery, yaitu meskipun terdapat banyak saingan usaha bahkan produk yang sama dan relatif lebih murah dari produk Wery Bakery, konsumen tetap lebih memilih untuk berbelanja di Wery Bakery karena citra merek yang mereka miliki. Fenomena yang terjadi pada produk – produk dari Wery Bakery tidak terlepas dari kepuasan setiap konsumen ataupun pelanggan yang cenderung terhadap persepsi masyarakat pada produk dari Wery Bakery, yang dimana pandangan konsumen atau masyarakat berasumsi bahwa produk – produk kue dari Wery Bakery sedikit ada perbedaan dari toko – toko kue lainnya. Namun yang menjadi permasalahannya adalah produk kue dari *brand* Wery Bakery memiliki harga yang sedikit lebih mahal dibandingkan dengan produk – produk kue dari perusahaan atau toko lainnya. Tentunya dengan permasalahan ini akan mempengaruhi keputusan pelanggan dalam melakukan pembelian pada produk lain yang memiliki harga sedikit lebih murah daripada produk Wery Bakery.

Berdasarkan fenomena di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kue Di CV. Wery Group”**.

Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian

	produk kue di CV. Wery Group? 2. Apakah ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk kue di CV. Wery Group? 3. Apakah ada pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian produk kue di CV. Wery Group? 4. Seberapa besar pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian produk kue di CV. Wery Group.
Tujuan Penelitian	Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah: 1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk di CV. Wery Group. 2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk di CV. Wery Group. 3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian produk kue di CV. Wery Group. 4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian produk kue di CV. Wery Group.
Metode Penelitian	Menurut Sugiyono (2019:13) Metode penelitian dapat dikelompokkan ke dalam tiga bagian, diantaranya adalah metode penelitian kuantitatif, metode penelitian kualitatif dan metode penelitian (<i>mixed methods</i>). 1. Metode penelitian kuantitatif Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. 2. Metode penelitian kualitatif Metode penelitian kualitatif merupakan salah satu metode yang dilandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti sebagai

	instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pemahaman pada makna, dan mengkonstruksi fenomena dari pada generalisasi. 3. Metode penelitian kombinasi Metode penelitian kombinasi adalah sebuah jenis metode dalam penelitian yang didasarkan pada filsafat pragmatisme (gabungan positivisme dan pospositivisme). Berdasarkan ketiga jenis kelompok metode penelitian di atas, maka Jenis penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Menurut Syahrurum & Salim dalam Syahrizal & Jailani (2023:14) penelitian kuantitatif adalah penelitian empiris yang datanya berbentuk angka-angka dan penelitian kualitatif adalah datanya tidak berbentuk angka. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian berlandaskan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian. Analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.
Daftar Pustaka	Achmad Fauzi, Prayogo, A., Hanna Luthfiana, Nurul Aulia Pertama, Putri Setyawati, & Sabrina Luna Rahellea. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan Dalam Unit Yang Diperlukan Untuk Mencapai Target Laba Pada Perusahaan Dagang: Produk, Harga Dan Promosi (Literature Review Akuntansi Manajemen). <i>Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi</i>, 3(5), 505–512. https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i5.986 Agustina, S. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pizza Hut Di Kota Pasuruan. <i>Implementasi Manajemen & Kewirausahaan</i>, 3(2), 61–72. https://doi.org/10.38156/imka.v3i2.233 Apriany, A., & Gendalasari, G. G. (2022). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk AMDK SUMMIT. <i>Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan</i>, 10(1), 105–114. https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i1.1278 Fadillah, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Dealer Yamaha Suryanata Amuntai. <i>Inovatif Jurnal Administrasi Niaga</i>, 5(2), 1–12. https://doi.org/10.36658/ijan.5.2.104 Hafidz, G. P., & Muslimah, R. U. (2023). Pengaruh Kualitas

Layanan, Citra Merek, Kepercayaan Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Herbalife. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(1), 253–274.

<https://doi.org/10.31955/mea.v7i1.2912>

Kholbi, N. N., Rizal, M., & Ramadhan, T. S. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Lapis Kukus Tugu Malang). *E-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*, 12(02), 221–232.

<https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/21826>

Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2021). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2(2), 150–160.

<https://doi.org/10.47467/elmal.v2i2.473>

Purnomo, E. C. (2024). Pengaruh Promotion Word of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Mocacino Pada Toko Meisya Di Sampit. *Media Bina Ilmiah*, 18(12), 3297–3312.

Sirait, R. M., Rajagukguk, D., & Chrisanti, V. O. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Merek Aqua Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Darma Agung. *Jurnal Global Manajemen*, 11(1), 88.

<https://doi.org/10.46930/global.v11i1.1568>

Susilowati, I. H., & Utari, S. C. (2022). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Apotik MAMA Kota Depok. *Jurnal Ecodemica Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 134–140. <https://doi.org/10.31294/eco.v6i1.12806>

Ustadriatul Mukarromah, Mirtan Sasmita, & Lilis Rosmiati. (2022). Pengaruh Konten Marketing dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian dengan Dimediasi Minat Beli pada Pengguna Aplikasi Tokopedia. *MASTER: Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, 2(1), 73–84.

<https://doi.org/10.37366/master.v2i1.444>

Wicaksono, R. A., Octavia, A. N., & Aprianto, M. S. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Indomie Di Semarang. *Solusi*, 21(1), 10. <https://doi.org/10.26623/slsi.v21i1.6064>

Gunungsitoli, 15 November 2024

Disetujui Oleh
Dosen Pembimbing Akademik



EDUAR BAENE, SE., M.Si
NIDN.0115048003

Disahkan oleh
Ketua Program Studi



IDARNI HARIFA, S.E., M.E
NIDN. 0138129102

NIM :

2321426

NAMA MAHASISWA :

VIKY MARTIN LASE

PRODI :

Manajemen

JUDUL :

Pengaruh Citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian produk kue DI CV. WERY Group

LOKUS :

CV. Wery Bakery

Dosen Pembimbing :

Eduar Baene, SE.,M.Si

Konsentrasi :

Pemasaran

Tema :

Branding

Ubah Judul

Riwayat Bimbingan Proposal

No	TOPIK	MATERI	CATATAN DOSEN
1	Revisi BAB 1 <i>05 Dec 2024 20:06:08</i>	1. Latar Belakang 2. Identifikasi Masalah 3. Rumusan Masalah 4. Tujuan Penelitian File Skripsi	1. refisi sesuai dengan koreksi yang ada pada catatan. 2. tambahkan penelitian terdahulu pada laar belakang. 3. penyusunan Latar belakang di susun dari umum ke khusus. 4. kalimatnya supaya lebih ilmiah. 5. perhatikan tata tulis, liha pada buku pedoman. 6. judul yang ada di Proposal dengan di simat berbeda... File Skripsi <i>10 Dec 2024 20:43:56</i>

N O	TOPIK	MATERI	CATATAN DOSEN
2	Revisi Bab 1 dan 2 <i>20 Dec 2024 17:17:12</i>	Penambahan Teori Penggunaan buku dalam penelitian File Skripsi	1. Narasi Latar belakang penelitian masih sesuai 2. fenomena penelitian, perlu diperjelas kembali,, 3. kata-katnya agar lebih ilmiah 4. Landasan teori perlu ditambahkan,,teori Pengertian Produk, pengembangan produk 5. tambahkan refrensi buku utama 6. daftar pustaka di susaikan File Skripsi <i>20 Dec 2024 17:33:01</i>

3	Proposal Penelitian <i>17 Feb 2025 12:35:31</i>	bab 1, bab, 2, dan bab 3 File Skripsi		1. perhatikan tata tulis dan kutipan teori lihat pada buku pedoman 2. jangan mengulang-ngulang kalimat 3. tambahkan penelitian terdahulu pada latar belakang 4. fenomena penelitian agar benar-benar diperhatikan 5. landasan teori agar menyesuaikan dengan judul 6. tambahkan landasan teori, 7. kutipan supaya dicantumkan dalam daftar pustaka 8. buku refrensi minimal 5 tahun terakhir 9. kerangka berpikir agar dijelaskan di bawah gambar 10. jenis penelitian dicantumkan teori, File Skripsi <i>07 Mar 2025 22:28:13</i>
---	--	---	--	--

Selesai

Proses pembimbingan proposal ini telah selesai dan telah dilanjutkan pada tahapan selanjutnya.

LEMBAR PERSETUJUAN MELAKSANAKAN RANCANGAN PENELITIAN

Rancangan Penelitian yang diajukan oleh :

Nama : VIKY MARTIN LASE

NIM : 2321426

Program : Strata Satu (S1)

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Judul : **"PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
KUE DI CV. WERY GROUP"**

Telah disetujui untuk diseminarkan

Gunungsitoli, Maret 2025

Dosen Pembimbing

 Ketua Prodi Manajemen



Idarni Harefa, SE.,ME
NIDN. 01128129102



Eduar Baene, SE.,MM
NIDN. 0115048003



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Alamat : Jl. Karet No. 30 Kel. Ilir Kecamatan Gunungsitoli Kota Gunungsitoli

BERITA ACARA SEMINAR RANCANGAN PENELITIAN

Pada hari ini Selasa tanggal Delapan belas bulan Maret tahun dua ribu dua puluh lima telah diselenggarakan Seminar Rancangan Penelitian bagi mahasiswa Universitas Nias :

Nama : **VIKY MARTIN LASE**
NIM : 2321426
Program : Sarjana
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kue di CV. Wery Group

W a k t u Pelaksanaan : 17.00 wib-selesai

Susunan Dewan Pembimbing Dan Penelaah:

1. Eduar Baene, SE., M.Si
(Pembimbing)
2. Yuterlin Zalukhu, S.Sos., M.M.
(Penelaah)

- 1.
- 2.

Yanda Tengan

Rekapitulasi Nilai

Dewan Pembimbing Dan Penelaah	Total Nilai
1. Eduar Baene, SE., M.Si (Pembimbing)	75
2. Yuterlin Zalukhu, S.Sos., M.M (Penelaah)	75
Total Nilai	150

Rata-rata nilai adalah: 75

Gunungsitoli, 18 Maret 2025
Plt. Ketua Program Studi Manajemen,

Idarni Harefa, S.E., M.E.
NIDN/0128129102





**YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Alamat : Jl. Karet No.30 Kel. Ilir Kecamatan Gunungsitoli Kota Gunungsitoli

BERITA KETERANGAN SEMINAR RANCANGAN PENELITIAN

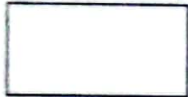
Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nias menerangkan bahwa :

Nama	: VIKY MARTIN LASE
NIM	: 2321426
Jenjang Pendidikan	: Sarjana
Program Studi	: Manajemen
Fakultas	: Ekonomi
Judul Skripsi	: Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kue di CV. Wery Group

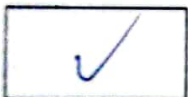
Telah menyelenggarakan seminar rancangan penelitian pada :

hari / tanggal	: Selasa, 18 Maret 2025
Pukul	: 17.00 wib-selesai
tempat	: Ruang 9

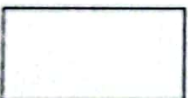
Dengan hasil penilaian :



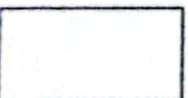
Rancangan penelitian telah cukup baik dan lengkap sehingga telah dapat dipergunakan sebagai dasar untuk melaksanakan pengumpulan data.
(90-100)



Rancangan penelitian telah cukup baik, namun masih perlu disempurnakan dan dilengkapi dengan instrumen sebelum dipergunakan sebagai dasar untuk melaksanakan pengumpulan data.
(70-89)



Rancangan rancangan penelitian masih perlu dikembangkan, namun masalah penelitian masih dianggap cukup baik untuk dijadikan topik permasalahan skripsi. Dianjurkan seminar perbaikan.
(55-69)



Rancangan penelitian tidak memenuhi syarat untuk dikembangkan sebagai bahan skripsi. Mahasiswa perlu memikirkan untuk memilih topik lain dan wajib mengikuti seminar rancangan skripsi.
(0-5)



Gunungsitoli, 18 Maret 2025
Plt. Ketua Program Studi Manajemen,

Idarni Harefa, S.E., M.E
NIDN. 0128129102

Catatan:
Beri tanda centang (✓)
Pada salah satu kotak.



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Alamat : Jl. Karet No.30 Kel. Ilir Kecamatan Gunungsitoli Kota Gunungsitoli

PERBAIKAN PROPOSAL PENELITIAN SKRIPSI

1. Mahasiswa

Nama : VIKY MARTIN LASE

NIM : 2321426

Judul Penelitian : Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kue di CV. Wery Group

2. Materi Perbaikan

NO	HALAMAN	URAIAN PERBAIKAN
1.		Fenomena belum ada, perlu disurvey ulang apa yang menjadi permasalahannya
2		Populasi perlu dicek ulang jumlah yang sebenarnya dan kaji kembali siapa yg menjadi populasi
3		perbaiki foto foto (kutipan Muka dari 5 baris spasi 1) dan perbaiki secara keseluruhan
4		Perbaiki draft kuesioner
5		penelitian terdahulu dibuat dalam tabel
6		sewa air jarak penelitian

Gunungsitoli, 18 Maret 2024

Dosen Penelaah,

Yuterlin Zalukhu, S.Sos. ,M.M.
NIDN. 0113037504



LEMBAR PERSETUJUAN MELAKSANAKAN PENELITIAN

Rancangan Penelitian yang diajukan oleh

Nama : Viky Martin Lase

NIM : 2321426

Program : Sarjana

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Judul Rancangan : Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kue di CV. Wery Group

Telah diperiksa dan disetujui untuk dapat dilanjutkan ke tahap penelitian.

Disetujui oleh:

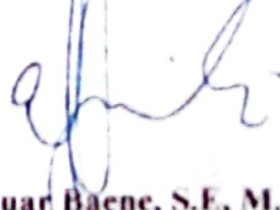
Gunungsitoli, April 2025

Dosen Penelaah,



Yuterlin Zalukhu, S.Sos., M.M.
NIDN 0113037504

Dosen Pembimbing,



Eduar Baene, S.E., M.Si.
NIDN 0115048003

Mengetahui
Pir Ketua Prodi Manajemen

Idarni Harefa, S.E., M.E.
NIDN 0128129102



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI

Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage: <https://fe.unias.ac.id> email: fe@unias.ac.id

15 April 2025

Nomor : 569/UN11/PN.01.02/2025
Lampiran : 1 (set)
Perihal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Kepada Yth,
Pimpinan CV. Wery Group

di
Tempat

1. Dengan hormat, dalam rangka melengkapi data penelitian yang dilaksanakan oleh :
Nama : **VIKY MARTIN LASE**
NIM : **2321426**
Fakultas : **Ekonomi**
Program Studi : **Manajemen**
Jenjang Pendidikan : **Sarjana (S1)**
Judul Skripsi : **Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kue di CV. Wery Group**
Lokasi Penelitian : **CV. Wery Group**
Jadwal Penelitian : **15 April 2025 sampai selesai**

Maka kami mohon kepada Bapak/Ibu kiranya dapat memberi izin kepada mahasiswa yang namanya tersebut di atas untuk melaksanakan Penelitian di lokasi penelitian (Rancangan Skripsi Terlampir).

2. Demikian disampaikan, atas bantuan dan kerjasama diucapkan terima kasih.

Dekan,


Maria Magdalena Bate'e, S.E., M.M.
NIDN. 0111038208

Tembusan :

- Yth.
1. Rektor Universitas Nias (sebagai laporan)
 2. Warek Lingkup Universitas Nias
 3. Kepala LPPM Universitas Nias
 4. Ketua Program Studi Manajemen
 5. Peneliti yang bersangkutan (**VIKY MARTIN LASE**)
 6. Arsip.



CV Wery Group

Gunungsitoli-Nias

Jalan Pelud Binaka Km.6 Simpang Miga – Gunungsitoli (Hp. 0852 7536 7795)

Jalan Yos Sudarso No. 180 – Gunungsitoli (Hp. 0823 7037 7394)

Surel : cv.werygroup1@gmail.com

Gunungsitoli, 17 April 2025

Nomor : 05/WG-CV/IV/2025

Lamp : -

Hal : Pemberian Izin Penelitian

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Nias
di

Tempat

Dengan hormat,

Berdasarkan surat dari Yayasan Perguruan Tinggi Nias Universitas Nias Fakultas Ekonomi No. 569/UN11/PN.01.02/2025 perihal Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian, bersama ini disampaikan bahwa kami memberikan izin untuk melaksanakan penelitian kepada mahasiswa atas nama:

Nama : **VIKY MARTIN LASE**
NIM : 2321426
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Sarjana (S1)
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kue di CV. Wery Group

Demikian kami sampaikan untuk dapat dipergunakan seperlunya, atas perhatian kami ucapkan terima kasih.

Direktur Wery Bakery,

YAMAN SUDI HAREFA



CV *Wery* Group

Gunungsitoli-Nias

Jalan Pelud Binaka Km.6 Simpang Miga – Gunungsitoli (Hp. 0852 7536 7795)
Jalan Yos Sudarso No. 180 – Gunungsitoli (Hp. 0823 7037 7394)

Surel : cv.werygroup1@gmail.com

KETERANGAN TELAH SELESAI MELAKUKAN PENELITIAN

NO: 06 /WG-CV/VI/2025

Gunungsitoli, 16 Juni 2025

Saya yang bertanda tangan di bawah in:

Nama : **YAMAN SUDI HAREFA**

Jabatan : **Direktur CV. Wery Group**

Menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas:

Nama : **VIKY MARTIN LASE**

NIM : **2321426**

Fakultas : **Ekonomi**

Program Studi : **Manajemen**

Jenjang Pendidikan : **Sarjana (S1)**

Judul Skripsi : **Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian
Produk Kue di CV. Wery Group**

Telah selesai melakukan penelitian di CV. Wery Group, terhitung sejak tanggal 18 April 2025 sampai dengan 18 Mei 2025 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul: **“Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kue di CV. Wery Group”**.

Demikian kami sampaikan untuk dapat dipergunakan seperlunya, atas perhatian kami ucapkan terima kasih.

Direktur CV. Wery Group,

YAMAN SUDI HAREFA



NIM :

2321426

NAMA MAHASISWA :

VIKY MARTIN LASE

PRODI :

Manajemen

JUDUL :

Pengaruh Citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian produk kue DI CV. WERY Group

LOKUS :

CV. Wery Bakery

Dosen Pembimbing :

Otanius Laia, SE.,MM

Konsentrasi :

Pemasaran

Tema :

Branding

Ubah Judul

Riwayat Bimbingan Skripsi

No	TOPIK	MATERI	CATATAN DOSEN
1	Skripsi 28 May 2025 10:14:48	Bab 4 Penelitian File Skripsi	1. kerangka konseptual di sempurnakan kembali sesuai catatan pada draf skripsi anda 2. tinjau ulang sampel anda. 3. narasikan dengan baik sejarah lokasi penelitian anda. 4. tambahkan hasil uji heterokedastisitas 5. enterprestasikan denaga baik uji parsial dan uji simultan 6. uji koefesien di perbaiki naraisnya. 7. tambhkan struktur organisasi. File Skripsi 28 May 2025 11:13:06
2	Skripsi 02 Jun 2025 10:08:48	Bab 4 dan Bab 5 File Skripsi	1. sempurnakan kembali pembahasan penelitian anda. 2. enterprestasikan dengan baik setiap hasil uji yang anda gunkanan 3. kesimpulan dan saran di perbaiki kembali.

NO	TOPIK	MATERI	CATATAN DOSEN
			4. tata tulis diperbaiki.
			File Skripsi
			02 Jun 2025 11:43:21
3	Skripsi 13 Jun 2025 09:27:13	bab 4 dan 5 File Skripsi	1. rumusan masalah di perbaiki dan ikuti contoh di draf skripsimu 2. kesimpulan dan saran di perbaiki. 3. hasil pembahasan penelitian di sempurnakan kembali. 4. dari hasil penelitian anda, baiknya di bandingkan dengan teori yang anda gunakan di kajian pustaka. 5. setiap uji di deskripsikan dengan baik dan benar. 6. tata tulis di perbaiki semua.
			File Skripsi
			14 Jun 2025 10:40:35
4	Skripsi 24 Jun 2025 09:49:43	bab 4 dan 5 File Skripsi	1. tata tulis disempurnakan kembali 2. sempurnakan kerangka konseptual. 3. pastikan kembali hasil uji validitas dan uji realibilitas data. 4. pada pembahasan penelitian kaitkan dengan teori dan penelitian terdahulu. 5. saran sempurnakan kembali
			File Skripsi
			30 Jun 2025 11:00:15
5	Skripsi 03 Jul 2025 17:20:11	BAB 1 – Bab 5 File Skripsi	1. Silahkan cek plagiasi anda. 2. terima kasih.
			File Skripsi
			11 Jul 2025 15:06:41
6	Skripsi 17 Jul 2025 10:16:03	BAB 1 – 5 File Skripsi	1. Skripsi anda ACC untuk dimejajikan. 2. silahkan paham dengan baik dan benar. terimakasih.

17 Jul 2025 10:53:04

7 Skripsi

17 Jul 2025 11:02:03

BAB 1 – 5

File Skripsi

1. silahkan mendaftar di Prodi.

File Skripsi

17 Jul 2025 11:04:35

Selesai

Proses pembimbingan skripsi ini telah selesai



**YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage <https://mnj.unias.ac.id> email: mnj@unias.ac.id

PENGESAHAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul “Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kue di CV. Wery Group” oleh VIKY MARTIN LASE dengan NIM 2321426 Program Studi Manajemen, telah dikoreksi dan direvisi oleh pembimbing, sehingga dapat dilanjutkan untuk Sidang Skripsi.

Gunungsitoli, Juni 2025
Dosen Pembimbing,

Otanius Laia, S.E., M.M
NIDN. 0127059501



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT

Rektorat : Jalan Pancasila No. 10 Kota Gunungsitoli ☎ +626392620815 Nias 📮 22814
Homepage: <https://unias.ac.id> email: admin@unias.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : 170/UN06.01/TU.01.20/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Dr. Ayler Beniah Ndraha, S.STP., M.Si., C.PS.**
NIDK : 8934030021
Pangkat/Golongan : Penata/III/c
Jabatan : Plt. Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Nias

dengan ini menerangkan bahwa,

Nama : **Viky Martin Lase**
NIM : 2321426
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KUE DI CV. WERY GROUP

adalah benar telah melakukan pengecekan plagiarisme terhadap Skripsi mahasiswa tersebut di atas melalui aplikasi *Turnitin*, dan mendapat tingkat *Similarity* 20% dan tingkat *Artificial Intelligence* (AI) 0%, sehingga dinyatakan layak untuk melanjutkan pada tahap selanjutnya sesuai dengan tahapan pada penyelesaian skripsi.

Gunungsitoli, 3 Juli 2025



Dr. Ayler Beniah Ndraha, S.STP., M.Si., C.PS.
NIDK. 8934030021

Tembusan:

1. Ketua Program Studi Manajemen
2. Mahasiswa an. **Viky Martin Lase.**



**YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage: <https://mnj.unias.ac.id> email: mnj@unias.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS MATA KULIAH
NOMOR: 795 /UU.13.02 / PP. 09.01 / 2025

Yang bertanda tangan dibawah ini, Ketua Program Studi SI Manajemen, Universitas Nias, menerangkan bahwa :

Nama : **VIKY MARTIN LASE**
Nim : 2321426
Judul Skripisi : Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kue di CV. Wery Group

Bahwa yang bersangkutan dinyatakan lulus semua mata kuliah di Program Studi S-1 Manajemen. Untuk itu dimohon kiranya untuk diterbitkan transkrip nilai kepada mahasiswa yang bersangkutan.

Atas kerjasama yang baik di ucapkan terimakasih.

Gunungsitoli, 24 Juli 2025
Ketua Program Studi Manajemen.

HENIWATI GULO, SE.,M.E.
NUPTK. 2839774675230262



**YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage <https://mnj.unias.ac.id> email: mnj@unias.ac.id

Gunungsitoli, Juli 2025

Hal : **Permohonan Ujian Skripsi**
Lampiran : **Satu Berkas**
Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Nias
c.q. Ketua Program Studi Manajemen
Jalan Karet No.30 Kel. Ilir, Kec. Gunungsitoli
Kota Gunungsitoli

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **VIKY MARTIN LASE**
NIM : **2321426**
Program : **Sarjana**
Program Studi : **Manajemen**
Fakultas : **Ekonomi (FE)**

Mengajukan permohonan untuk diperkenankan menempuh ujian Skripsi.
Sebagai bahan pertimbangan, bersama ini saya lampirkan:

1. Surat permohonan ujian skripsi
2. Surat Kesiediaan Menghadiri Ujian Skripsi
3. Bukti skripsi telah melewati cek *plagiat* dari LPPM
4. Surat Keterangan bebas mata kuliah
5. Surat Pengesahan Skripsi yang ditanda-tangani oleh Pembimbing
6. Surat Keterangan telah berakhir meneliti di tempat penelitian
7. Surat Pernyataan keaslian skripsi yang ditanda-tangani oleh mahasiswa di atas materai.
8. Menggandakan *hardcopy* skripsi yang telah di jilid sebanyak 3 (tiga) rangkap
9. Riwayat bimbingan skripsi di simat dari dosen pembimbing
10. Menunjukkan KRS/KHS asli semester 1 sampai terakhir
11. Fotokopi KRS/KHS semester 1 sampai terakhir
12. Transkrip nilai sementara dari SIMAT
13. Slip pembayaran uang kuliah terakhir
14. Map merah 3 buah

Atas perhatian Bapak/Ibu, saya mengucapkan terima kasih.

Hormat Saya
Pemohon,

VIKY MARTIN LASE
NIM 2321426

Tembusan disampaikan kepada
Rektor Universitas Nias
c.q. Wakil Rektor I



**YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Rectorat : Pancasila No. 10 Gunungsitoli ■ +626392620915 Nias # 22814
Homepage: <https://unias.ac.id> email: admind@unias.ac.id

Hal : Kesediaan Menghadiri Sidang Skripsi

Kepada Yth,

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Nias

c.q. Ketua Program Studi Manajemen

Jalan Karet No.30 Kel. Ilir, Kec. Gunungsitoli

Kota Gunungsitoli

Nama : VIKY MARTIN LASE

NIM : 2321426

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan
Pembelian Produk Kue di CV. Wery Group

Dengan ini menyatakan bahwa saya bersedia menghadiri sidang skripsi pada waktu yang telah ditetapkan.

Gunungsitoli, Juli 2025

Tanda tangan

Viky Martin Lase

NIM. 2321426



**YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Iir, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage: <https://mnj.unias.ac.id> email: mnj@unias.ac.id

29 Juli 2025

Nomor : 855/UN11.02/PP.08.03/2025
Lampiran : 1 Set
Hal : Pelaksanaan Sidang Skripsi
atas nama **VIKY MARTIN LASE**

Kepada Yth.

- | | |
|----------------------------------|------------|
| 1. Yuterlin Zalukhu, S.Sos., M.M | Penguji I |
| 2. Yupiter Mendrofa, SE., MM | Penguji II |
| 3. Otanius Laia, SE., MM | Pembimbing |

di Gunungsitoli

Sehubungan dengan pelaksanaan sidang skripsi mahasiswa:

Nama : **VIKY MARTIN LASE**
NIM : 2321426
Program : Sarjana
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kue di CV. Wery Group

diharapkan kehadiran Bapak pada acara dimaksud yang diselenggarakan:

hari/tanggal : Kamis, 31 Juli 2025
pukul : 08.00 Wib s/d selesai
tempat : Ruang 7

Naskah skripsi yang diujikan, disampaikan langsung oleh Program Studi.
Atas perhatian Bapak, kami mengucapkan terima kasih.

Kaprodi Manajemen

Heniwati Gulo, S.E., M.E
NUPTK: 2839774675230262

Tembusan disampaikan kepada

1. Rektor Universitas Nias, u.p. Wakil Rektor I
2. Dekan Fakultas Ekonomi
3. Mahasiswa yang bersangkutan
4. Arsip

NB. Diharapkan kepada Bapak/Ibu Dosen Pembimbing/Penguji berpakaian rapi, khusus untuk Bapak Dosen diwajibkan memakai kemeja non batik pakai dasi.



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage: <https://mnj.unias.ac.id> email: mnj@unias.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Kamis tanggal Tiga Puluh Satu Juli tahun dua ribu dua puluh lima telah diselenggarakan Ujian skripsi bagi mahasiswa Universitas Nias :

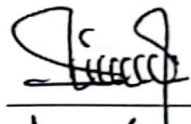
N a m a : VIKY MARTIN LASE
NIM : 2321426
Program : Sarjana
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kue di CV. Wery Group

W a k t u Pelaksanaan : 08.00 WIB s.d.selesai

Susunan Dewan Penguji :

1. Otanius Laia, SE.,MM
2. Yuterlin Zalukhu, S.Sos. ,M.M
3. Yupiter Mendrofa, SE.,MM

TandaTangan

1. 
2. 
3. 

Rekapitulasi Nilai

Dewan Penguji	Total Nilai
1. Otanius Laia, SE.,MM	88
2. Yuterlin Zalukhu, S.Sos. ,M.M	86
3. Yupiter Mendrofa, SE.,MM	85
Total Nilai	259

Berdasarkan Perhitungan Rata-Rata Nilai adalah 86,33
(Delapan puluh enam koma tiga puluh tiga)

Dengan Demikian Yang bersangkutan dinyatakan Lulus/~~Tidak Lulus~~ dengan Predikat Kelulusan. A-.....

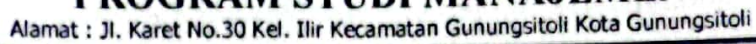
Keterangan:
Nilai Yudisium:

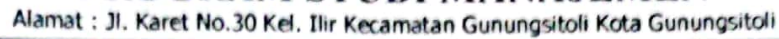
90.00-100. = A
85.00-89.99 = A-
80.00-84.99 = B+
75.00-79.99 = B
70.00-74.99 = B-
65.00-69.99 = C+
60.00-64.99 = C
55.00-59.99 = C-
50.00-54.99 = D
< 40.99 = E

Gunungsitoli, 31 Juli 2025
Ketua Program Studi,

Heniwati Gulo, S.E., M.E.
NUPTK. 2839774675230262







BIODATA PENULIS



Viky Marin Lase (Viky) dilahirkan di Desa Sihareo II Tabaloho, Gunungsitoli, Sumatera Utara pada tanggal 04 September 1999, anak ke empat dari delapan bersaudara dari pasangan Sarofati Lase (ayah) dan Martiniat Harefa (ibu). Pendidikan Sekolah Dasar diselesaikan pada tahun 2013 di SD Negeri 070981 Fodo. Setamat SD melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 5 Gunungsitoli dan selesai pada tahun 2016. Setelah tamat SMP melanjutkan pendidikan di SMK Swasta Faliera Nias yang beralamat di Jalan Mesjid Dusun 1 Desa Miga Kota Gunungsitoli dan selesai pada tahun 2019. Setamat SMK kemudian pada tahun 2021 melanjutkan studi pendidikan di salah satu Perguruan Tinggi Swasta di Nias, Universitas Nias dan mengambil program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi.

Pada Awal Tahun 2025, memulai penelitian ilmiah untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan studi di Universitas Nias. Setelah beberapa lama melaksanakan penelitian dan oleh karena kuasa dan berkat Tuhan, tepatnya pada tanggal 31 Juli 2025 telah mampu mempertahankan di depan Dosen Penguji Skripsi dan dinyatakan “Lulus” dengan predikat Yudisium Memuaskan dan berhak mendapat gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Selama menempuh pendidikan di universitas Nias banyak pengalaman belajar yang didapatkan dan terlibat dalam berbagai kegiatan sebagai mahasiswa, baik di bidang pendidikan dan pengajaran, bidang penelitian maupun bidang pengabdian kepada masyarakat.