

**PENGARUH CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*) TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AIR MINERAL AQUA**

SKRIPSI

Nama : H E L M I
NIM : 43108110042



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA 2011

**PENGARUH CITRA MEREK (*Brand Image*) TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AIR MINERAL AQUA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen- Stara 1

Nama : H E L M I

NIM : 4310811-0042



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2011**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **HE L M I**

NIM : 43108110042

Program Studi : Manajemen S – 1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri . Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan)

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta,.....

Materai Rp 6000

(HE L M I)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : H E L M I
NIM : 43108110042
Program Studi : PEMASARAN
Judul Skripsi : PENGARUH CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*)
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK AIR MINERAL AQUA
Tanggal Lulus Ujian : 22 September 2011

Disahkan Oleh :

Pembimbing Skripsi



(Daru Asih.SE,Msi)

Tanggal Sidang : 22 September 2011

Mengetahui,

Dekan

Ketua Jurusan Manajemen

(Dr.Wiwik Utami.Ak,Ms)

(Arief Bowo Prayoga.SE,MM)

Tgl :

Tgl :

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi

**PENGARUH CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*) TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK AIR MINERAL AQUA**

Dipersiapkan dan Disusun Oleh :

HELMI

43108110042

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 22 September 2011

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji / Pembimbing Skripsi



(Daru Asih SE,Msi)

Anggota Dewan Penguji

(Tafiprios,SE,MM)

Anggota Dewan Penguji

(Ir.Sahibul Munir,Msi)

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah serta karunia - Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.

Di dalam menyelesaikan skripsi ini, peneliti banyak menghadapi hambatan – hambatan, namun hambatan tersebut dapat diatasi berkat dorongan dari semua pihak.

Skripsi ini disusun sebagai salah syarat untuk menempuh gelar Sarjana Ekonomi jenjang pendidikan Strata Satu (S 1) pada fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Mercu Buana. Sedangkan judul yang dikemukakan peneliti adalah : “Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Mineral Aqua ”.

Peneliti menyadari keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki, sehingga dalam menganalisis masalah ini belum bisa di bilang sempurna walaupun penulis telah berusaha sebaik mungkin di dalam penyusunan skripsi ini.

Sehubungan dengan ini, peneliti mengucapkan terima kasih dan penghargaan sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT , yang telah memberikan rahmat dan hidayah serta karunia Nya kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Kedua orang tua tercinta dan istri yang telah memberikan semangat serta dorongan moril dan materil kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Arief Bowo Prayoga K, SE.MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Jakarta.

4. Ibu. Daru Asih. SE. Msi, selaku Dosen pembimbing 1 yang telah banyak meluangkan waktunya guna memberikan bimbingan dan pengarahan dalam menyelesaikan Skripsi ini.
5. Terima kasih untuk teman-teman program kelas karyawan (PKK) angkatan ke 13 yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materil.
6. Terima kasih yang sangat mendalam peneliti ucapkan kepada Dosen - Dosen Universitas Mercu Buana Jakarta, karena telah memberikan Ilmu Pengetahuannya untuk peneliti, semoga Ilmu Pengetahuan yang telah peneliti terima dapat berguna baik bagi peneliti sendiri maupun orang banyak.
7. Sekali lagi peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang mungkin tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu, yang telah membantu sehingga penyusunan Skripsi ini dapat selesai dengan baik akhir kata peneliti berharap semoga Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan pihak lain yang membutuhkan.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI.....	v
KATAPENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
ABSTRAK.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	11
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	11
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	13
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	14
2.2 Merek.....	19

2.2.1 Pengertian Merek.....	19
2.2.2 Manfaat Merek.....	22
2.3 Citra Merek.....	23
2.3.1 Definisi Citra Merek (Brand Image).....	23
2.3.2 Cara Membangun Merek.....	28
2.3.3 Manfaat Citra Merek.....	29
2.4 Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian.....	30
2.4.1 Definisi Perilaku Konsumen.....	30
2.4.2 Tipe-tipe Perilaku Konsumen Dalam Membeli.....	30
2.4.3 Faktor Utama Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	32
2.4.4 Tahap-Tahap Proses Keputusan Pembelian.....	32
2.5 Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian.....	34

BAB III Metodologi Penelitian

3.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	37
3.1.1 Gambaran Umum Brand Aqua.....	37
3.1.2 Sejarah Aqua.....	37
3.1.3 Pabrik.....	41
3.1.4 Lokasi Sumber Mata Air AQUA.....	42
3.1.5 Kemasan.....	43
3.1.6 Produksi dan Distribusi.....	45
3.1.7 Sertifikasi dan Prestasi.....	47
3.1.8 Filosofi AQUA.....	49

3.2	Desain Penelitian.....	50
3.3	Hipotesis.....	50
3.4	Populasi dan sampel Penelitian.....	51
3.4.1	Populasi.....	51
3.4.2	Sampel.....	51
3.5	Variabel dan Pengukuran.....	52
3.6	Skala Pengukuran.....	53
3.7	Definisi Operasional Variabel.....	54
3.8	Metode Pengumpulan data.....	55
3.9	Jenis Data.....	56
3.10	Metode Analisis Data.....	57

BAB IV ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Analisis Karakteristik Pelanggan.....	61
4.2	Analisis Hasil Kuisioner Tentang Citra Merek (<i>Brand Image</i>)....	64
4.3	Analisis Kuisioner Tentang Keputusan Pembelian Konsumen.....	73
4.4	Analisis Pengaruh Citra Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....	85

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.....	85
5.2	Saran.....	86

DAFTAR PUSTAKA.....	94
---------------------	----

LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuisioner Penelitian

Lampiran 2 : Rekapitulasi Citra Merek

Lampiran 3 : Rekapitulasi Sikap Konsumen

Lampiran 4 : Analisis Hasil Kuisioner Tentang Citra Merek

Lampiran 5 : Analisis Hasil Kuisioner Tentang Sikap Konsumen

Lampiran 6 : Analisa Statistika Menggunakan SPSS 17.0

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 3.1	Operasional Variabel X (brand image).....	54
Tabel 3.2	Operasional Variabel Y (keputusan pembelian).....	55
Tabel 4.1	Karakteristik Responden.....	61
Tabel 4.2	Aqua merupakan merek yang memiliki kualitas tinggi.....	64
Tabel 4.3	Aqua merupakan merek perusahaan yang memiliki image yang baik di kalangan konsumen.....	65
Tabel 4.4	Aqua pelopor air minum mineral dalam kemasan.....	66
Tabel 4.5	Kemasan Aqua praktis dan higienis.....	67
Tabel 4.6	Aqua sangat memperhatikan kesehatan konsumen.....	69
Tabel 4.7	Harga air mineral Aqua sesuai dengan mutu produknya....	70
Tabel 4.8	Harga air mineral Aqua terjangkau.....	71
Tabel 4.9	Aqua membentuk persepsi konsumen terhadap merek.....	71
Tabel 4.10	Aqua mencerminkan kepribadian penggunanya.....	72
Tabel 4.11	Mengonsumsi Aqua membentuk Citra konsumen di Masyarakat.....	73
Tabel 4.12	Rekapitulasi Tentang Citra Merek (Brand Image).....	74
Tabel 4.13	Aqua menjadi salah satu pilihan yang dipertimbangkan dalam melakukan pembelian.....	75
Tabel 4.14	Aqua merupakan produk yang dapat memuaskan Penggunanya.....	76

Tabel 4.15	Mengonsumsi Aqua menimbulkan rasa bangga terhadap yang mengkonsumsinya.....	77
Tabel 4.16	Aqua merek yang diberikan menjadi pemikiran konsumen dalam keputusan pembelian.....	78
Tabel 4.17	Aqua merupakan Citra perusahaan yang bernilai tinggi diantara produsen yang lain.....	79
Tabel 4.18	Aqua adalah produk yang berkualitas dan membentuk citra penggunanya.....	80
Tabel 4.19	Aqua menjadi pilihan pertama dalam keputusan Pembelian.....	81
Tabel 4.20	Manfaat yang diberikan menjadi pemikiran dalam keputusan pembelian.....	82
Tabel 4.21	Varian yang ditawarkan sudah sesuai dengan keinginan Konsumen.....	83
Tabel 4.22	Aqua merupakan merek yang prestisius.....	84
Tabel 4.23	Rekapitulasi Tentang Keputusan Pembelian.....	84
Tabel 4.24	Variables Enter/ Removed.....	86
Tabel 4.25	Model Summary.....	86
Tabel 4.26	Koefisien Korelasi.....	87
Tabel 4.27	Output SPSS Coefficient.....	87

Tabel 4.15	Mengonsumsi Aqua menimbulkan rasa bangga terhadap yang mengkonsumsinya.....	77
Tabel 4.16	Aqua merek yang diberikan menjadi pemikiran konsumen dalam keputusan pembelian.....	78
Tabel 4.17	Aqua merupakan Citra perusahaan yang bernilai tinggi diantara produsen yang lain.....	79
Tabel 4.18	Aqua adalah produk yang berkualitas dan membentuk citra penggunanya.....	80
Tabel 4.19	Aqua menjadi pilihan pertama dalam keputusan Pembelian.....	81
Tabel 4.20	Manfaat yang diberikan menjadi pemikiran dalam keputusan pembelian.....	82
Tabel 4.21	Varian yang ditawarkan sudah sesuai dengan keinginan Konsumen.....	83
Tabel 4.22	Aqua merupakan merek yang prestisius.....	84
Tabel 4.23	Rekapitulasi Tentang Keputusan Pembelian.....	84
Tabel 4.24	Variables Enter/ Removed.....	86
Tabel 4.25	Model Summary.....	86
Tabel 4.26	Koefisien Korelasi.....	87
Tabel 4.27	Output SPSS Coefficient.....	87

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Perkiraan Pangsa Pasar Merek AMDK di Indonesia.....	4
Gambar 2.1.3 Komponen 4 P dalam Bauran Pemasaran.....	19
Gambar 3.4.2 Macam – macam teknik sampling.....	52
Gambar 3.9 Daerah Penentuan H_0 Pada Uji Signifikasi.....	59
Gambar 4.I Daerah Penerimaan dan Penolatrian H_0 $\alpha = 5\%$	89

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1	Kuisoner Penelitian
Lampiran 2	Rekapitulasi Citra Merek
Lampiran 3	Rekapitulasi Sikap Konsumen
Lampiran 4	Analisa Statistik