

**PENGARUH *BRAND IMAGE* (CITRA MEREK)
TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA
DALAM MEMILIH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA (UMB)**

SKRIPSI

Program Studi Manajemen – Strata I

Nama : Renata Ayuning Kusuma
NIM : 43107010014



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2011**

**PENGARUH *BRAND IMAGE* (CITRA MEREK)
TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA
DALAM MEMILIH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA (UMB)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen – Strata 1

Nama : Renata Ayuning Kusuma
NIM : 43107010014



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2011**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Renata Ayuning Kusuma

NIM : 43107010014

Program Studi : Manajemen Strata-I

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 26 Juni 2011

RENATA AYUNING KUSUMA
NIM: 43107010014

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Renata Ayuning Kusuma
NIM : 43107010014
Program Studi : Manajemen Strata-I
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image* (Citra Merek) Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana (UMB).
Tanggal Lulus Ujian : 11 Agustus 2011

Disahkan Oleh:

Pembimbing Skripsi

(RM. Rasyid, SE.,MM)

Tanggal:

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Program Studi Manajemen S-I

(Dr. Enny Ariyanto, M.Si)

Tanggal:

(Arief Bowo Prayogo K, SE.,MM)

Tanggal:

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

**SKRIPSI
PENGARUH BRAND IMAGE (CITRA MEREK)
TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA DALAM MEMILIH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA (UMB)**

Dipersiapkan dan Disusun Oleh:

Renata Ayuning Kusuma

43107010014

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 11 Agustus 2011

**Susunan Dewan Penguji
Ketua Penguji/Pembimbing Skripsi**

(Tri Wahyono, SE.,MM)

Anggota Dewan Penguji

(Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM)

Anggota Dewan Penguji

(Dra. Yuli Harwani, MM)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat dan penyertaan-Nya sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Brand Image* (Citra Merek) Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana (UMB)”**.

Adapun tujuan dari skripsi ini adalah untuk lebih memperdalam ilmu yang telah diterima selama kuliah dengan kenyataan yang ada. Dengan segala kemampuan yang ada, penulis berupaya untuk menghimpun data dan informasi yang dibutuhkan untuk menyelesaikan skripsi ini. Jika terdapat kesalahan dalam penulisan skripsi ini, penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya, karena manusia tidaklah luput dari kesalahan, namun penulis berupaya untuk lebih meningkatkan kemampuan dan pengetahuan. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak dapat diselesaikan tanpa bantuan, semangat dan motivasi dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini, penulis hendak menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu menyertai dan melimpahkan berkatnya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Orang tua, kakak, adik serta Tedy M. Wardhana yang banyak membantu saya dalam mengerjakan skripsi ini, motivasi dan doa mereka yang berarti.

3. Rektor Universitas Mercu Buana:

Bapak Dr.Ir. Arisetyanto Nugroho, MM atas supportnya.

4. Bapak Arief Bowo Prayogo K, SE.,MM selaku Ketua Program Studi Manajemen S-I atas segala bantuan dan dukungannya.

5. Bapak Endi Rekarti, SE.,MM atas support dan doanya.

6. Bapak RM. Rasyid, SE., MM sebagai dosen pembimbing atas support dan doanya.

7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.

8. Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Staf perpustakaan Universitas Mercu Buana yang turut membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

9. Jennifer, Evi, Fauzi, Fani, Heksalia, Ratna, Andreas, Icha, Eko yang ikut membantu sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

10. Kepada pihak – pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Tanpa dukungan doa, kesabaran dan semangat yang kalian berikan kepada penulis, penulisan skripsi ini tidak dapat berjalan lancar sampai saat ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari semua pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Tangerang, 28 Juni 2011

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI	iv
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Pembatasan Masalah.....	4
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian	4
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Pengertian Pemasaran	6
2.2 Bauran Pemasaran	7
2.3 Pengertian Manajemen Pemasaran	8

2.4	Tujuan Pemasaran.....	9
2.5	Pengertian Merek.....	9
2.5.1	Karisma Merek.....	11
2.5.2	Penentuan Strategi Merek	12
2.5.3	Manfaat Merek.....	14
2.6	Pengertian <i>Brand Image</i> (Citra Merek)	17
2.6.1	Manfaat <i>Brand Image</i> (Citra Merek)	17
2.7	Pengertian Perilaku Konsumen.....	18
2.8	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	19
2.9	Keputusan Pembelian Konsumen	25
2.10	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		33
3.1	Objek Penelitian.....	33
3.2	Desain Penelitian	33
3.3	Hipotesis	33
3.4	Variabel Dan Skala Pengukuran	34
3.5	Definisi Operasional Variabel	35
3.6	Metode Pengumpulan Data.....	36
3.7	Jenis Data.....	37
3.7.1	Data Primer	37
3.7.2	Data Sekunder	37
3.8	Populasi dan Sampel Penelitian.....	38
3.8.1	Populasi Penelitian.....	38

3.8.2	Sampel Penelitian.....	38
3.9	Metode Analisis Data.....	40
BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN		43
4.1	Analisis Karakteristik Responden.....	43
4.2	Analisis Variabel Brand Image (Variabel X)	46
4.3	Analisis Variabel Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana (Variabel Y)	58
4.4	Analisis Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Universitas Mercu Buana	69
4.4.1	Pengujian Regresi Linier Sederhana	69
4.4.2	Pengujian Hipotesis Dengan Uji t.....	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		75
5.1	Kesimpulan	75
5.2	Saran	76

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Manfaat-Manfaat Merek	16
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variable	36
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	43
Tabel 4.2 Usia Responden	44
Tabel 4.3 Studi Responden	45
Tabel 4.4 Sumber Informasi	45
Tabel 4.5 Pernyataan Kuesioner 1 Variabel X.....	47
Tabel 4.6 Pernyataan Kuesioner 2 Variabel X.....	48
Tabel 4.7 Pernyataan Kuesioner 3 Variabel X.....	49
Tabel 4.8 Pernyataan Kuesioner 4 Variabel X.....	50
Tabel 4.9 Pernyataan Kuesioner 5 Variabel X.....	51
Tabel 4.10 Pernyataan Kuesioner 6 Variabel X.....	52
Tabel 4.11 Pernyataan Kuesioner 7 Variabel X.....	53
Tabel 4.12 Pernyataan Kuesioner 8 Variabel X.....	54
Tabel 4.13 Pernyataan Kuesioner 9 Variabel X.....	55
Tabel 4.14 Pernyataan Kuesioner 10 Variabel X.....	56
Tabel 4.15 Rekapitulasi Operasional Variable Brand Image.....	57
Tabel 4.16 Pernyataan Kuesioner 1 Variabel Y	58
Tabel 4.17 Pernyataan Kuesioner 2 Variabel Y	59
Tabel 4.18 Pernyataan Kuesioner 3 Variabel Y	60

Tabel 4.19	Pernyataan Kuesioner 4 Variabel Y	61
Tabel 4.20	Pernyataan Kuesioner 5 Variabel Y	62
Tabel 4.21	Pernyataan Kuesioner 6 Variabel Y	63
Tabel 4.22	Pernyataan Kuesioner 7 Variabel Y	64
Tabel 4.23	Pernyataan Kuesioner 8 Variabel Y	65
Tabel 4.24	Pernyataan Kuesioner 9 Variabel Y	66
Tabel 4.25	Pernyataan Kuesioner 10 Variabel Y	67
Tabel 4.26	Rekapitulasi Operasional Variabel Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.....	68
Tabel 4.27	Variables Entered/Removed ^b	69
Tabel 4.28	Model Summary	70
Tabel 4.29	Coefficients ^a	71

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Proses Pegambilan Keputusan Membeli.....	25
Gambar 4.1 Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Data Kuesioner Variabel X
Lampiran 3	Data Kuesioner Variabel Y
Lampiran 4	Regresi Linier Sederhana
Lampiran 5	Tabel t