

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA KARTU XL
PT. EXCELCOMINDO PRATAMA TBK**
(Studi kasus : Mahasiswa PKK FE Universitas Mercu Buana Menteng)

SKRIPSI

Nama : Teguh Tuti Handayani
NIM : 43106110166



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2011**

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA KARTU XL
PT. EXCELCOMINDO PRATMA TBK**
(Studi kasus : Mahasiswa PKK FE Universitas Mercu Buana Menteng)

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

Nama : Teguh Tuti Handayani
NIM : 43106110166



FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2011

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Teguh Tuti Handayani

NIM : 43106110166

Program Studi : Manajemen

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 pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 12 January 2011

(Teguh Tuti Handayani)
43106110166

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Teguh Tuti Handayani
NIM : 431061100166
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA
KARTU XL PT EXCELCOMINDO PRATAMA TBK

Tanggal Lulus Ujian : 22 February 2011

Disahkan Oleh :

Pembimbing Skripsi

(Drs. Wawan Purwanto, SE., MM)

Dekan

Ketua Program Studi Manajemen – S1

(Dr. Enny Ariyanto, SE., M.Si)

(H. Arief Bowo Prayoga K, SE., MM)

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi

Pengaruh Citra merek Terhadap Keputusan Pembelian

Konsumen Pada Kartu XL PT. Excelcomindo Pratama Tbk

(Studi kasus : Mahasiswa PKK FE Universitas Mercu Buana - Menteng)

Dipersiapkan dan Disusun oleh :

Teguh Tuti Handayani

43106110166

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 22 February 2011

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji/Pembimbing Skripsi

(Drs. Wawan Purwanto, SE., MM)

Anggota Dewan Penguji

(Tri Wahyono, SE., MM)

Anggota Dewan Penguji

(Drs. Hasanuddin Pasiaman MS)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena hanya dengan rahmat dan bimbingan-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk dapat meraih gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan baik dari segi teknik, materi maupun bahasa. Oleh karena itu karya tulis ini masih belum sempurna. Penulis sangat mengharapkan saran-saran dan kritikan yang sifatnya membangun demi perbaikan karya tulis ini serta kemajuan dan perkembangan ilmu ekonomi.

Pada kesempatan ini tidak lupa penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan petunjuk dan bimbingan khususnya kepada :

1. Orang tua tercinta dan keluarga yang tiada hentinya memberikan dukungan, semangat dan do'a yang tiada henti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM., selaku Rektor UMB.
3. Bapak Ir. Yenon Orsa, MT., selaku Direktur PKSM UMB.
4. Bapak Dr. Enny Ariyanto, SE, M.Fi, selaku Dekan Fakultas Ekonomi
5. Bapak H. Arief Bowo Prayoga K, SE., MM., selaku Kaprodi Strata-1 Manajemen.

6. Bapak Drs. Wawan, SE., MM., selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahannya dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Segenap Staff Dosen dan Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.

Besar harapan penulis dengan terselesaikannya karya tulis ini akan bermanfaat bagi seluruh pihak guna menambah ilmu pengetahuan khususnya bidang ekonomi.

Jakarta, 12 Januari 2011

DAFTAR ISI

	Halaman
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	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR PUSTAKA	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
ABSTRAK.....	xi
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
 BAB II LANDASAN TEORI.....	 7
2.1 Pengertian Perilaku Konsumen	7
2.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen	8

2.3 Pengambilan Keputusan Konsumen	10
2.4 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	13
2.5 Pengaruh citra merek terhadap Keputusan Pembelian	21
2.6 Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	22
2.7 Pengertian Citra Merek	24
2.7.1 Penentuan Strategi Merek	26
2.7.2 Manfaat Merek	28
2.8 Pengertian Citra Merek	29
2.9 Ekuitas Merek	31

BAB III METODOLOGI PENELITIAN..... 37

3.1 Objek Penelitian	37
3.2 Desain Penelitian.....	41
3.3 Hipotesis.....	41
3.4 Variabel dan Skala Pengukuran.....	42
3.5 Definisi Operasional Variabel	42
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	44
3.7 Jenis Data	45
3.8 Populasi dan Sampel Penelitian	46
3.8.1 Populasi Penelitian	46
3.8.2 Sampel Penelitian	46
3.9 Metode Analisis Data	48

BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Uji Validitas	52
4.2 Uji Reliabilitas.....	52
4.3 Karakteristik Responden.....	53
4.4 Analisi Kuesioner Tentang Citra Merek.....	55
4.5 Analisis Kuesioner Keputusan Pembelian.....	62
4.6 Analisis Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian..	69

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran.....	74
5.2.1 Saran Untuk Perusahaan Telekomunikasi	74
5.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	75

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perilaku Pembelian Konsumen.....	8
Tabel 3.1 Operasional Variabel X & Y	43
Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....	53
Tabel 4.2 Kartu XL merupakan merek produk yang mudah diingat dan diucapkan.....	55
Tabel 4.3 Logo Produk produk pada kartu XL mudah diingat.....	55
Tabel 4.4 Kartu XL merupakan produk yang berkualitas tinggi.....	56
Tabel 4.5 Kartu XL merupakan produk yang mempunyai harga voucher yang bervariasi.....	56
Tabel 4.6 Harga Kartu perdana XL sangat terjangkau sesuai dengan kualitas produknya.....	57
Tabel 4.7 Kartu XL merupakan produk yang sangat bermanfaat bagi penggunaanya.....	57
Tabel 4.8 Jangkauan jaringan kartu XL sangat luas.....	58
Tabel 4.9 Iklan dan Endoors kartu XL menarik dan mudah diingat.....	58
Tabel 4.10 Kemasan produk kartu XL sangat menarik dan Fitur yang ditawarkan sangat bervariasi.....	59
Tabel 4.11 Kartu perdana XL mudah didapat dimana saja.....	59
Tabel 4.12 Rekapitulasi tentang citra merek.....	60
Tabel 4.13 Anda memutuskan membeli produk kartu XL karena harganya murah.....	62

Tabel 4.14	Anda memutuskan membeli kartu XL karena sinyal bagus.....	62
Tabel 4.15	Anda memutuskan membeli produk kartu XL karena iklannya bagus.....	63
Tabel 4.16	Anda memutuskan membeli produk kartu XL karena logo yang mudah diingat.....	63
Tabel 4.17	Anda memutuskan membeli produk kartu XL karena kualitas produk yang bagus.....	64
Tabel 4.18	Anda memutuskan membeli produk kartu XL karena manfaat yang dirasakan.....	64
Tabel 4.19	Anda memutuskan membeli produk kartu XL karena jangkauannya sangat luas.....	65
Tabel 4.20	Anda memutuskan membeli produk kartu XL karena mudah didapat dimana saja.....	65
Tabel 4.21	Anda memutuskan membeli produk kartu XL karena kemasannya yang menarik.....	66
Tabel 4.22	Anda memutuskan membeli produk kartu XL karena pilihan harga voucher yang bervariasi.....	66
Tabel 4.23	Rekapitulasi keputusan pembelian konsumen.....	67
Tabel 4.24	Output SPSS Variables entered/removed.....	69
Tabel 4.25	Output SPSS Coefficients.....	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Pendahuluan.....
Lampiran 2	Tabel Uji t.....
Lampiran 3	Uji Validitas Variabel X dan Uji Validitas Variabel Y.....
Lampiran 4	Uji Realibilitas Variabel X dan Uji Realibilitas Variabel Y.....
Lampiran 5	Regression dan Uji t.....
Lampiran 6	Coding Variabel Citra Merek (X) & Keputusan Pembelian (Y).....