

**PENGARUH BRAND IMAGE KARTU XL TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

SKRIPSI

N a m a : Christoper Dito Raditya

N I M : 43106010044



FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2010

**PENGARUH BRAND IMAGE KARTU XL TERHADAP KEPUTUSAN
MAHASISWAFAKULTAS EKONOMI**

UNIVERSITAS MERCU BUANA

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA EKONOMI

Program Studi Manajemen – Strata 1

N a m a : Christoper Dito Raditya

N I M : 43106010044



FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2010

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Christoper Dito Raditya

NIM : 43106010060

Program Studi : Manajemen S1

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, 18 Agustus 2010

(**Christoper Dito Raditya**)

NIM. 43106010044

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

SKRIPSI

PENGARUH *BRAND IMAGE* KARTU XL TERHADAP KEPUTUSAN

PEMBELIAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Dipersiapkan dan Disusun oleh:

Christoper Dito Raditya

43106010044

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji pada tanggal 18 Agustus 2010

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji/Pembimbing Skripsi

R.M Rasyid, SE, MM

Anggota Dewan Penguji

Ir. Zulfithiri, M,SI

Anggota Dewan Penguji

Mochamad Rizki, BBA, MBA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Christoper Dito Raditya
NIM : 43106010044
Program Studi : Manajemen Strata-1
Judul Skripsi : **Pengaruh *Brand Image* Kartu XL Terhadap Keputusan
Pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas
Mercu Buana**
Tanggal Lulus Ujian : 18 Agustus 2010

Disahkan oleh:
Pembimbing Skripsi

(R.M Rasvid, SE, MM)

Tanggal :

Dekan

Ketua Program Studi Manajemen-S1

(Dra. Yuli Harwani R., MM)

Tanggal :

(Arief Bowo Prayoga K, SE, MM)

Tanggal :

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan Nikmatnya dan Hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ Pengaruh Brand Image Kartu XL Terhadap Keputusan Pembelian Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana”. Tepat pada waktunya.

Tidak lupa pula penulis sampaikan ucapan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Terima kasih kepada kedua orang tua, Matius Suyadi dan Yuliana Supriati yang telah memberikan kasih sayang yang tak terhingga, karena dengan dorongan moral dan materialnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Ir. Suharyadi, Msi, selaku Rektor Universitas Mercu Buana, Jakarta.
3. Bapak Ir. Arisetyanto Nugroho, MM, selaku Wakil Rektor Universitas Mercu Buana Jakarta
4. Ibu Dra. Yuli Harwani R., MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana, Jakarta.
5. Bapak Arief Bowo Prayoga K, SE, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana, Jakarta.
6. Bapak Drs. Wawan Purwanto SE. MM. selaku Pembimbing Akademik yang telah banyak memberikan motivasi dan saran kepada penulis

7. Bapak R.M Rasyid ,SE,MM selaku Pembimbing skripsi yang telah banyak memberikan banyak waktu, saran, serta bimbingan kepada penulis selama penyusunan skripsi.
8. Untuk Angling,Randy,Dayat,Pajali yang selalu menemani bimbingan serta memberikan Motivasi
9. Terima Kasih Untuk Sahabatku Hikma ,Panji,ridwan yang selalu mensport kepada penulis
10. Terima Kasih untuk Kakakku Arry dan Rio yang selalu mensport dan memberikan saran kepada penulis
11. Seluruh angkatan 2006 Galih gagap,tri,nita,galuh,irvan
vageto, Hari,Mansyah,irfan,girdha,astri ,D'Bedul dan Nudziest dll
di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen.
12. Pihak – pihak yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu terima kasih atas semuanya.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan yang terdapat dalam skripsi ini,maka dari itulah penulis mengharapkan kritik dan saran membangun guna menyempurnakanya.

Akhir kata penulis mengharapkan agar skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pembaca umumnya dan penulis khususnya.

Jakarta, 18 Agustus 2010

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI	iv
LEMBAR 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 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pengertian Pemasaran	6
2.2 Fungsi Pemasaran	7
2.3 Bauran Pemasaran	8

2.4 Pengertian Manajemen Pemasaran	9
2.5 Tujuan Pemasaran.....	10
2.6 Pengertian Merek	10
2.6.1 Penentuan Strategi Merek.....	13
2.6.2 Manfaat Merek.....	14
2.7 Pengertian Citra Merek(Brand Image).....	16
2.8 Keputusan Konsumen	17
2.8.1 Tipe Perilaku Keputusan Membeli.....	17
2.9 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	21
2.9.1 Pengenalan Kebutuhan	22
2.9.2 Pencarian Informasi.....	23
2.9.3 Evaluasi Alternative	25
2.10 Keputusan Pembelian.....	26
2.11 Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian	30
3.2 Gambaran Umum	30
3.2.1 Visi Dan Misi.....	32
3.3 Desain Penelitian	32
3.4 Hipotesis.....	32
3.5 Variabel Dan Skala Pengukuran.....	33
3.6 Definisi Operasional Variabel	34
3.7 Metode Pengumpulan Data	36

3.8 Jenis Data	36
3.8.1 Data Primer	36
3.9 Populasi Dan Sampel Penelitian.....	36
3.9.1 Populasi Penelitian	36
3.9.2 Sampel Penelitian.....	37
3.9.3 Sumber Data	38
3.10 Metode Analisis Data.....	38
BAB IV ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Analisis Karakteristik Responden	41
4.2 Hasil Analisis Brand Image (x)	45
4.3 Hasil Analisis Keputusan Pembelian (y)	53
4.4 Analisa regresi linier sederhana.....	63
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian	18
Tabel 2.9	Proses Pembelian Konsumen	22
Tabel 3.1	Indikator dan Dimensi Operasional Variabel.....	34
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden	41
Tabel 4.2	Usia Responden	42
Tabel 4.3	Studi Responden.....	42
Tabel 4.4	Pendapatan Responden	43
Tabel 4.5	Sumber Informasi	44
Tabel 4.6	Tarif Telepon,SMS,MMS dan Internet.....	45
Tabel 4.7	Harga isi ulang.....	46
Tabel 4.8	Rasa bangga konsumen.....	47
Tabel 4.9	Kepuasan Konsumen.....	47
Tabel 4.10	Kualitas Produk	48
Tabel 4.11	Produk Yang berkelas	49
Tabel 4.12	Image Perusahaan	50
Tabel 4.13	Persepsi Konsumen.....	51
Tabel 4.14	Kepribadian Pengguna	51
Tabel 4.15	Citra Konsumen	52
Tabel 4.17	Pilihan Pembelian	53

Tabel 4.18	kepuasaan Penggunanya	54
Tabel 4.19	Menimbulkan Kepuasan Penggunanya	54
Tabel 4.20	Nilai Merek	55
Tabel 4.21	Citra Produk	56
Tabel 4.22	Kebutuhan Konsumen.....	57
Tabel 4.23	Pilihan Dalam Keputusan Pembelian	58
Tabel 4.24	Manfaat	58
Tabel 4.25	Produk Yang Ditawarkan.....	59
Tabel 4.26	Fitur dan layanan	60
Tabel 4.27	Rekapitulasi Brand Image	61
Tabel 4.28	Rekapitulasi Keputusan Pembelian	62
Tabel 4.29	Variables Entered/Removed ^b	63
Tabel 4.30	Model Summary.....	64
Tabel 4.31	Coefficients.....	64

DAFTAR GAMBAR

Tabel 4.1 Daerah Penentuan Ho	80
-------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Hasil jawaban kuisisioner dari pernyataan Brand Image
- Lampiran 3. Hasil jawaban kuisisioner dari pernyataan Keputusan Pembelian.
- Lampiran 4 Hasil SPSS Frekuensi.
- Lampiran 5 Hasil coeficient

