

**PENGARUH CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*) KECAP ABC
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN UNTUK
DAERAH JAKARTA BARAT**

SKRIPSI

Nama : Siti Fadilah
Nim : 43106010101



FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2010

**PENGARUH CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*) KECAP ABC
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DAERAH JAKARTA BARAT**

SKRIPSI

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

**Nama : Siti Fadilah
NIM : 43106010101**



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2010**

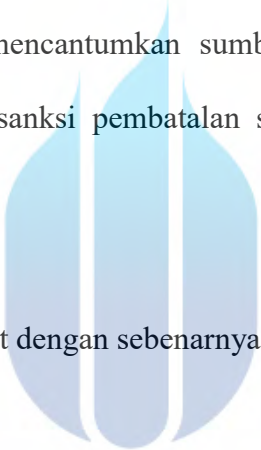
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Siti Fadilah
NIM : 43106010101
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.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 24 Agustus 2010

(Siti Fadilah)
43106010101

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : SITI FADILAH
NIM : 43106010101
Program Studi : MANAJEMEN S1
Judul Skripsi : PENGARUH CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*) KECAP ABC
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN UNTUK DAERAH
JAKARTA BARAT.
Tanggal Lulus Ujian : 24 Agustus 2010

Disahkan Oleh :
Pembimbing Skripsi

(Daru Asih, SE., M.Si)

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Program Studi Manajemen - S1

(Dra. Yuli Harwani R., MM)

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

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi
Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) kecap ABC
Terhadap Keputusan Pembelian
Daerah Jakarta Barat

Dipersiapkan dan Disusun oleh :
Siti Fadilah
43106010101

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal

Susunan Dewan Penguji
Ketua Penguji/Pembimbing Skripsi

(Daru Asih, SE., M.Si)

Anggota Dewan Penguji

(Ir. Sahibul Munir, SE., M.Si)

Anggota Dewan Penguji

(Dr. Ir. H. Cecep Winata M.Si)

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji serta syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah serta atas izinnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*) KECAP ABC TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAERAH JAKARTA BARAT”**.

Skripsi ini disusun guna memenuhi sebagai syarat-syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana di Jakarta Barat.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini terdapat banyak kekurangan maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat memberikan nilai yang baik guna menjadikan skripsi ini menjadi lebih sempurna dari para pembaca sekalian.

Dalam penulisan skripsi ini banyak pihak-pihak yang telah memberikan bantuan bimbingan bagi penulis dalam menyusun skripsi, berupa saran, sumbangan pemikiran maupun simpati dan do'a. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Kepada Bapak Dr. Ir. Suharyadi, M.Si, selaku Rektor Universitas Mercu Buana, Jakarta.
2. Kepada Ibu Dra. Yuli Harwani R., MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.

3. Kepada Bapak H. Arief Bowo Prayoga K., SE., MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen S1 Universitas Mercu Buana
4. Kepada Ibu Hesti Maheswari, SE., M.Si, selaku dosen Pembimbing Akademik (PA) yang telah membantu penulis selama kuliah.
5. Kepada Ibu Daru Asih, SE., M.Si, selaku Dosen Pembimbing Skripsi. Terima kasih sebesar-besarnya karena telah meluangkan waktu untuk penulis, serta sangat sabar untuk memberikan pengarahan kepada penulis tentang penulisan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis dan Staf TU yang telah membantu dalam hal informasi.
7. Kepada kedua Orang Tua ku yang telah memberikan nasihat dan do'a tanpa henti kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini, tanpa dukungan mereka aku tidak akan bisa mencapai semua ini. *"You are my best parent"*
8. Untuk kedua kakak ku Hamidah dan Siti Rubiah, adik ku Farizal Farid, serta ponakan-ponakan ku yang lucu-lucu Fadhly, Zidhan, Rara, terima kasih atas dukungannya dan selalu mengingatkan penulis untuk selalu mengerjakan skripsi ini.
9. Terima kasih kepada semua saudara-saudara ku iik, ka goday, mba ulan, eha, dll yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah memberikan masukan bagi penulis.

10. Terima kasih juga kepada teman-teman ku bocor, ita, uthe, ria serta vita, nila, wuri, rizki, mala, karena selalu memberikan masukan bagi penulis serta seluruh anak-anak angkatan 2006 yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu *you are the best*.
11. Terima kasih kepada mba sri, retno, kiki, dini dan bapak-bapak yang tidak bisa disebutkan satu persatu di PT. BBI, yang telah memberikan kesempatan penulis bekerja disana dan telah mendukung penulis dalam skripsi ini.
12. Terima kasih juga untuk *someone special* (dyutz) yang selalu sabar dalam menghadapi penulis serta selalu memberikan motivasi dan saran yang baik bagi penulis.



Jakarta, 24 Agustus 2010

Penulis

(Siti Fadilah)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Penelitian	4
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	6
2.2 Pengertian Pemasaran	7
2.2.1 Definisi Pemasaran	7
2.2.2 Tahapan Dalam Perencanaan Pemasaran	8
2.3 Bauran Pemasaran	9
2.4 Definisi Merek	12
2.4.1 Penentuan Strategi Merek	13

2.4.2	Kesadaran Merek	14
2.4.3	Manfaat Merek	14
2.5	Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	14
2.6	Pengertian Keputusan Pembelian	16
2.6.1	Sisitem Keputusan Pembelian	19
2.6.2	Faktur Utama Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	20
2.6.3	Manfaat Dari Keputusan Pembelian	21
2.7	Perilaku Setelah Pembelian	21
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1	Sejarah Singkat Perusahaan	24
3.2	Desain Penelitian	27
3.3	Hipotesis Penelitian	27
3.4	Devinisi Operasional Variabel dan Pengukurannya ..	28
3.5	Jenis Data	30
3.6	Metode Pengumpulan Data	31
3.7	Populasi dan Sampel Penelitian	31
3.8	Metode Analisis Data	33
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	36
4.1	Analisis Responden	37
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Usia	38
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	39
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
4.2	Analisis Hasil Kuesioner Tentang Citra Merek	40

4.2.1	Analisis Tentang Citra Merek	40
4.2.2	Rekapitulasi Tentang Citra Merek	48
4.3	Analisis Hasil Kuesioner Tentang Keputusan Pembelian	49
4.3.1	Analisis Tentang Keputusan Pembelian	49
4.3.2	Rekapitulasi Tentang Keputusan Pembelian	56
4.4	Analisis Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	57
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	61
5.1	Kesimpulan	61
5.2	Saran	62
DAFTAR PUSTAKA		64
LAMPIRAN		
	Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian	66
	Lampiran 2 : Analisis Regresi	71
	Lampiran 3 : Rekapitulasi Karakteristik Responden	72
	Lampiran 4 : Rekapitulasi Jawaban Responden	75

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Operasional Variabel X	28
Tabel 3.2 Operasional Variabel Y	29
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ...	38
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Usia	38
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	
Tabel 4.3	39
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pekerjaan	
Tabel 4.4	40
Kecap ABC Merupakan Merek Perusahaan yang Memiliki Kualitas	
Tabel 4.5 Tinggi	41
Tabel 4.6 Kecap ABC Adalah Merek Yang Sangat Prestisius	41
Ada Rasa Bangga Ketika Konsumen Menggunakan produk ABC	
Tabel 4.7	42
Produk Kecap ABC Mampu Menciptakan Kepuasan Konsumen	
Tabel 4.8	43
Tabel 4.9 Kecap ABC Merupakan Produk Bernilai Tinggi	43
Tabel 4.10 Kecap ABC Merupakan Produk Berkelas	44
Kecap ABC Merupakan Merek Perusahaan Baik Dikalangan	
Tabel 4.11 Konsumen	45
Kecap ABC Membentuk Persepsi Konsumen Terhadap Merek	
Tabel 4.12	45
Kecap ABC Mencerminkan Kepribadian Bagi Penikmat Rasanya	
Tabel 4.13	46
Menggunakan ABC Membentuk Citra Konsumen Dimasyarakat	
Tabel 4.14	47
Tabel 4.15 Rekapitulasi Tentang Citra Merek	48
Kecap ABC Menjadi Salah Satu Pilihan Dalam Keputusan	
Tabel 4.16	49
Tabel 4.17 Kecap ABC Mudah Dibeli Dan Dijumpai Dimana Saja	50

Tabel 4.18	Berminat Untuk Mencoba Kecap ABC	50
Tabel 4.19	Nilai Merek Yang Diberikan Menjadi Keputusan Pembelian	51
Tabel 4.20	Jenis-jenis yang Ditawarkan ABC Sudah Sesuai	52
Tabel 4.21	Merasa Cocok Menggunakan Kecap ABC	52
	Kecap ABC Menjadi Pilihan Pertama Pada Keputusan Pembelian	
Tabel 4.22		53
	Cita Rasa Yang Diberikan Menjadi Pemikiran Dalam Keputusan	
Tabel 4.23		54
	Pesan Iklan Berpengaruh Untuk Mau Membeli Kecap ABC	
Tabel 4.24		54
Tabel 4.25	Lebih Kental Kecap ABC Dibanding Kecap lain	55
Tabel 4.26	Rekapitulasi Tentang Keputusan Pembelian	56
Tabel 4.27	Variables Entered/Removed	57
Tabel 4.28	Model Summary	58
Tabel 4.29	Coeffocoents	58



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Tahapan Dalam Perencanaan Pemasaran	9
Gambar 2.2 Bauran Pemasaran	10
Gambar 2.3 Pengambilan Keputusan	19
Gambar 4.1 Kurva Distribusi t	60



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1: Kuesioner Penelitian	66
Lampiran 2: Analisis Regresi	71
Lampiran 3: Rekapitulasi Karakteristik Responden	72
Lampiran 4: Rekapitulasi Jawaban Responden	75

