

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND TRUST & COMPANY  
REPUTATION* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
APARTEMENT CENTRAL PARK RESIDENCES, JAKARTA  
BARAT**

**(Studi Kasus Pada Pemilik Apartement Central Park Residences)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi  
Manajemen Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta**



**Nama : Fathiyah Farhanna**

**NIM : 43112120444**

**Program Studi Manajemen  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2017**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fathiyyah Farhanna

Nim : 43112120444

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil 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, Maret 2017



Fathiyyah Farhanna

43112120444

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Fathiyah Farhanna  
NIM : 43112120444  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul : Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust* dan *Company Reputation* Terhadap Keputusan Pembelian Apartement Central Park, Jakarta Barat.  
Tanggal Lulus Ujian : 16 Maret 2017

Disahkan Oleh :

Pembimbing,



Yennida Parmariza, S.Sos., MM

Tanggal : 28/03/17

Ketua Penguji



Dr. Augustina Kurniasih, ME

Tanggal : 22/03/17

Dekan,



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si

Tanggal : 29/03/17

Ketua Program Studi  
SI Manajemen,



Dudi Permana, ST, MM, Ph.D

Tanggal : 28/03/17

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat dan karunia-Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Brand Image, Brand Trust, Company Reputation* Terhadap Keputusan Pembelian Apartement Central Park Residences, Jakarta Barat”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Dalam penulisan skripsi ini, Penulis menyadari masih banyaknya kesalahan dan kekurangan mengingat terbatasnya waktu, pengetahuan, dan pengalaman Penulis. Namun berkat bantuan dan saran dari berbagai pihak akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Ibu Yennida Parmariza, S.Sos., MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi terutama kepada:

1. Dr. Ir. Arissetyanto Nugroho, MM, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Harnovinsah, Ak.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

3. Dudi Permana, ST, MM, Ph.D selaku Ketua Program Studi Strata 1 Manajemen Universitas Mercu Buana..
4. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
5. Orang tua yang telah memberi doa dan dukungan dalam penyusunan skripsi.
6. M. Yusuf Ichsan selaku suami tercinta, atas segala doa dan dukungan baik secara moral maupun material yang telah diberikan kepada penulis selama ini.
7. Teman-teman Angkatan 2013 Kelas Reguler-II Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
8. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, terima kasih atas dukungan motivasi, bantuan informasi serta doa-doanya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, Februari 2017

Fathiyah Farhanna

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....</b>	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	ii
<b>ABSTRACT .....</b>	iii
<b>ABSTRAK .....</b>	iv
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	v
<b>DAFTAR ISI .....</b>	vii
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	x
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	6
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	6
1. Tujuan Penelitian .....	6
2. Kontribusi Penelitian .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS</b>	
A. Kajian Pustaka .....	8
1. Pengertian Pemasaran .....	8
2. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	9
3. Brand (Merek) .....	10
4. Brand Image (Citra Merek) .....	12
5. Brand Trust (Kepercayaan Merek).....	15
6. Company Reputation .....	18
7. Keputusan Pembelian .....	19

B. Hipotesis.....	29
a. Hubungan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian.....	29
b. Hubungan Brand Trust Terhadap..... Keputusan Pembelian.....	30
c. Hubungan Company Reputation..... Terhadap Keputusan Pembelian.....	30
C. Rerangka Konseptual .....	34

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	36
B. Desain Penelitian.....	36
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	37
1. Definisi Variabel.....	37
2. Definisi Operasional Variabel.....	38
D. Pengukuran Variabel .....	40
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	41
1. Populasi Penelitian .....	41
2. Sampel Penelitian.....	41
F. Teknik Pengumpulan Data.....	42
G. Metode Analisis.....	43
1. Statistik Deskriptif.....	43
2. Uji Kualitas Data.....	43
3. Uji Asumsi Klasik.....	44
4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	46
5. Uji Hipotesis.....	47

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50
--	----

1. Gambaran Apartement.....	50
2. Struktur Organisasi.....	50
B. Analisis Data.....	51
1. Analisis Statistik Deskriptif.....	51
2. Pengujian Validitas dan Reabilitas Instrumen.....	58
3. Uji Asumsi Klasik.....	62
a. Uji Normalitas.....	62
b. Uji Multikolonieritas.....	64
c. Uji Homoskedastisitas.....	65
d. Uji Autokorelasi.....	66
4. Analisis Uji Hipotesis.....	67
a. Analisis Regresi Linier Berganda.....	67
b. Analisis Koefisien Korelasi..... dan Koefisien Determinasi.....	69
c. Uji F.....	70
d. Uji T.....	71
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	73
D. Keterbatasan Penelitian.....	76
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Simpulan.....	77
B. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....	80
LAMPIRAN	



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Pertumbuhan Ekonomi di ASEAN 2010-2014 .....	2
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel 3.1. Variabel dan Indikator.....	39
Tabel 4.1. Statistika Deskriptif Penelitian.....	52
Tabel 4.2. Deskripsi Responden Menurut Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4.3. Deskripsi Responden Menurut Usia.....	55
Tabel 4.4. Deskripsi Responden Menurut Pekerjaan.....	56
Tabel 4.5. Deskripsi Responden Menurut Pendapatan.....	57
Tabel 4.6. Hasil Uji Reliabilitas.....	59
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Kuesioner.....	
Variabel Brand Image .....	59
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Kuesioner .....	
Variabel Brand Trust .....	60
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Kuesioner .....	
Variabel Company Reputation.....	61
Tabel 4.10. Hasil Uji Validitas Kuesioner.....	
Variabel Keputusan Pembelian.....	61
Tabel 4.11. Uji Normalitas dengan One Sample.....	
Kolmogorov Smirnov Test.....	63
Tabel 4.12. Hasil Uji Multikolinearitas.....	65

Tabel 4.13. Hasil Uji Autokorelasi.....	67
Tabel 4.14. Analisis Regesi.....	68
Tabel 4.15. Hasil Analisis Koefisien Korelasi .....	
dan Koefisien Determinasi.....	70
Tabel 4.16. Hasil Uji F Anova.....	71
Tabel 4.17. Hasil Uji T.....	72



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian .....	21
Gambar 2.2 Rerangka Konseptual .....	35
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas .....	63
Gambar 4.2 Hasil Uji Homoskedastisitas .....	66



## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Keterangan</b>	<b>Halaman</b>
Lampiran 1	Kuesioner .....	82
Lampiran 2	Hasil Kuesioner .....	86
Lampiran 3	Hasil Rekapitulasi Responden .....	118
Lampiran 4	Deskripsi Responden Menurut Pekerjaan dan Deskripsi Responden Menurut Pendapatan .....	119
Lampiran 5	Hasil Uji Reliabilitas .....	120
Lampiran 6	Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Brand Image (X1) dan Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Brand Trust (X2) .....	121
Lampiran 7	Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Company Reputation (X3) dan Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	122
Lampiran 8	Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual .....	123
Lampiran 9	Uji Normalitas dengan One Sample Kolmogorov Smirnov Test .....	124
Lampiran 10	Hasil Uji Multikolinearitas, Hasil Uji Homoskedastisitas dan Hasil Uji Autokorelasi .....	125

Lampiran 11 Analisis Regresi dan Hasil Analisis	
Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi .....	126
Lampiran 12 Hasil Uji F ANOVA dan Hasil Uji T .....	127

