

TUGAS AKHIR



PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AVTECH

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1
(S-1) Komunikasi Bidang Studi Public Relations

NAMA: SHAHNAZ PUTRI SALSABILA

NIM: 44219210080

PROGRAM STUDI PUBLIC RELATIONS

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2022

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Shahnaz Putri Salsabila

NIM : 44219210080

Program Studi : Public Relations

Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Avtech

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 30 Maret 2023



Shahnaz Putri Salsabila



HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Shahnaz Putri Salsabila
NIM : 44219210080
Program Studi : Public Relations
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Brand Image Terhadap
Keputusan Pembelian Produk Avtech

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana **Strata 1** pada Program Studi Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi /Program Sarjana Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Dr. A Rahman, HI, M.SI ()
NIDN : 0330126403
Ketua Penguji : Dr. Suraya, M.SI ()
NIDN : 0327116802
Penguji Ahli : Feni Fasta, SE, M.SI ()
NIDN : 0306047601

Jakarta, 30 Maret 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Shahnaz Putri Salsabila

NIM : 44219210080

Program Studi : Public Relations

Judul Laporan Magang/**Skripsi**/Tesis : Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Avtech

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Magang/**Skripsi**/Tesis/Disertasi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 30 Maret 2023

Yang menvatakan



(Shahnaz Putri Salsabila)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah Swt. atas ridanya saya dapat menyelesaikan penyusunan proposal skripsi ini. Adapun judul proposal skripsi yang saya ajukan adalah “Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Avtech”. Laporan proposal skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mengerjakan skripsi pada program Strata-1 di Jurusan Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana. Penyusun menyadari dalam penyusunan proposal skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini penyusun ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. A. Rahman, HI, M.Si. selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan berbagai pengalaman. Terimakasih atas bimbingannya, Pak.
2. Ibu Dewi Ambarsari, M.Ikom. selaku dosen mata kuliah Riset Komunikasi yang telah sabar mendidik dan memberikan ilmu selama satu semester ini.
3. Belahan jiwaku, Almarhum Mama Papa. Mama dan Papa selalu membuat semangat walaupun sudah di syurga terindah Allah, you both gonna live forever in me. I love you two.
4. Kakak-kakak ku, Kak Daniar, Bunda Fitri, Kak Anya, Kak Cacac, Kak Bening, Mba Ina yang selalu memberi doa dan kasih sayang sekaligus menjadi semangat. Terimakasih atas bantuannya, kalian adalah alasan sukses saya dimasa mendatang.
5. Keponakan-ku yang lucu-lucu, Anfernee, Ghibran, El-Real, Ghazza, Ghadizza, El-Zhiya, El-Zhita, dan Aqsha yang selalumenjadi penghibur dikala lelah.
6. Sahabatku Laura Nathazya, yang selalu berhasil memberikan support. Terimakasih telah menjadi sahabat yang terbaik. Semoga kita berdua bias sukses sama-sama.
7. Sahabat seperjuangan Aditya, Aldi, Widya Pajriati dan Vivi Nabilah semoga sukses selalu.
8. Teman kajo-ku Elvan Maulana.
9. Semua pihak yang telah membantu dan tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga segala kebaikan dan pertolongan semuanya mendapat berkah dari Allah Swt. dan akhirnya saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena keterbatasan ilmu yang saya miliki. Untuk itu saya dengan kerendahan hati mengharapkan saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak demi membangun laporan penelitian ini.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TA	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 <u>Latar Belakang Masalah</u>	1
1.2 <u>Rumusan Masalah</u>	3
1.3 <u>Tujuan Penelitian</u>	3
1.4 <u>Manfaat Penelitian</u>	4
1.4.1 <u>Manfaat Praktis</u>	4
1.4.2 <u>Manfaat Akademis</u>	4

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 <u>Penelitian Terdahulu</u>	5
2.2 <u>Komunikasi Organisasi</u>	9
2.2.1 <u>Definisi Komunikasi Organisasi</u>	9
2.2.2 <u>Jenis-Jenis Komunikasi Organisasi</u>	11
2.2.3 <u>Konsep Komunikasi Organisasi</u>	13
2.2.4 <u>Fungsi Komunikasi Organisasi</u>	13
2.3 <u>Public Relations</u>	14
2.3.1 <u>Definisi Public Relations</u>	15
2.3.2 <u>Konsep Public Relations</u>	16
2.3.3 <u>Teori Public Relation</u>	17

2.3.4 Fungsi Public Relation.....	18
2.3.5 Jenis Public Relation	19
2.3.6 Tujuan Public Relation	20
2.3.7 Proses Public Relations	21
2.3.8 Indikator Public Relation.....	23
2.4 Brand Image	24
2.4.1 Definisi Brand Image.....	24
2.4.2 Unsur-Unsur Brand Image.....	24
2.4.3 Indikator Pembentuk Brand Image.....	26
2.5 Keputusan Pembelian.....	27
2.5.1 Definisi Keputusan Pembelian	27
2.5.2 Dimensi Keputusan Pembelian.....	29
2.5.3 Jenis-Jenis Perilaku Keputusan Pembelian.....	30
2.5.4 Tahapan Proses Keputusan Pembelian	31
2.5.5 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	32
2.6 Alur Pikir.....	34

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Paradigma Penelitian.....	35
3.3 Populasi dan Sampel	36
3.3.1 Populasi	36
3.3.2 Sampel	36
3.4. Operasionalisasi Konsep	37
3.5. Teknik Pengumpulan Data	38
3.6. Teknik Analisa Data.....	39

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	42
4.1.1 Sejarah Avtech.....	42
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan	43
4.1.3 Fungsi Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait	43
4.1.4 Hubungan Public Relation dalam Avtech.....	44

4.2	Hasil Penelitian.....	44
4.2.1	Karakteristik Responden.....	44
4.2.2	Tabel Tabulasi Data.....	46
4.3	Hasil Analisa Data.....	55
4.3.1	Uji Validitas.....	55
4.3.2	Uji Reliabilita.....	59
4.3.3	Regresi Linier Sederhana.....	62
4.3.4	Analisis Korelasi Sederhana.....	62
4.3.5	Koefisien Determinasi.....	64
4.3.6	Uji T-Statistika.....	64
4.4	Pembahasan.....	65
4.4.1	Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian.....	65
4.4.2	Pengaruh Kepribadian Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Avtech....	66
4.4.3	Pengaruh Nilai Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Avtech.....	67
4.4.4	Pengaruh Hubungan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Avtech.....	67
4.4.5	Pengaruh Citra Pengguna Terhadap Keputusan Pembelian Produk Avtech.....	68
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Simpulan.....	69
5.2	Saran.....	69
<u>DAFTAR PUSTAKA</u>		70
LAMPIRAN		72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.....	34
Gambar 2.....	42
Gambar 3.....	43

DAFTAR TABEL

Tabel 1	5
Tabel 2	37
Tabel 3	45
Tabel 4	46
Tabel 5	47
Tabel 6	48
Tabel 7	49
Tabel 8	50
Tabel 9	51
Tabel 10	52
Tabel 11	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	73
Lampiran 2	77
Lampiran 3	78
Lampiran 4	80
Lampiran 5	81