

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP INTENSI PEMBELIAN PRODUK**

**UNIQLO PADA MAHASISWA PADA MAHASISWA PSIKOLOGI 2015**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Sarjana**

**(S1) Pada Program Studi Psikologi**



**Muhammad Fajar Yuda Ardyana**

**UNIVERSITAS 46115010155**

**MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI**

**FAKULTAS PSIKOLOGI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2021**

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tugas Akhir ini :

Judul : Pengaruh Brand Image Produk Uniqlo Terhadap Purchase Intention Pada Mahasiswa Psikologi 2015 Universitas Mercu Buana Jakarta

Nama : Muhammad Fajar Yuda Ardyana

NIM : 46115010155

Program : Program Studi Psikologi

Tanggal : 30 September 2021

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Dekan Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar keserjanaan pada program sejenis ini di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya digunakan telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat di periksa kebenarannya.

Serang, 30 September 2021



M.Fajar Yuda ardyana

## HALAMAN PENGESAHAN UNTUK PROGRAM SARJANA

### HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Muhammad Fajar Yuda Ardyana  
NIM : 46115010155  
Program Studi : S1 Psikologi  
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Citra Merek Produk UNIQLO Terhadap Intensi Pembelian Produk UNIQLO Pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Jakarta

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 Psikologi, Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing : Muhammad Iqbal, Ph.D  
NIDN : 0302048005  
Ketua Penguji : Dhani Irmawan, S.Psi., M.Sc  
NIDN : 0308018301  
Penguji : Drs. Agung Sigit Santoso, M.Si., Psikolog  
NIDN : 0329046302



UNIVERSITAS

Jakarta, 30 September 2021  
Mengetahui,  
MERCUBUANA

Dekan



(Laila Meiliyandrie Indah Wardani, Ph.D)

Ketua Program Studi



(Karisma Riskinanti, M.Psi., Psikolog)

PSI 07210609



Please Scan QR Code Verify

## KATA PENGANTAR

Tugas akhir ini penulis buka dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk bisa menuntut ilmu hingga saat ini, selalu melindungi dan membri jalan kemudahan penulis dalam setiap kesulitan serta memberikan segala nikmat, ridho, dan rizkiNYa bagi penulis dalam meyelesaikan tugas akhir ini yang berjudul : “Pengaruh Citra Merek Produk Uniqlo Terhadap Intensi Pembelian Pada Mahasiswa Psikologi 2015 Universitas Mercu Buana Jakarta”.

Tujuan penulisan tugas akhir ini adalah sebagai salah satu syarat kelulusan dalam meyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Fakultas Psikologi Universitas Mercu buana jakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis merasa sangat bersyukur atas bantuan, dorongan, motivasi, bmbingan, dan arahan dari berbagai pihak yang telah membantu atau telah berpartisipasi dalam membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak dan ibu selaku orang tua penulis yang selalu mendoakan dan memberi motivasi dan semangat yang luar biasa sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Untuk saudara-saudara yang sudah memberi masukan dan motivasi penulis dalam memyelesaikan skripsi ini

3. Untuk teman-teman penulis yang sudah membantu dan memberi semangat penulis dalam menyelesaikan skripsi ini terutama untuk vidiyani, ninis navel, dan mutiara alvianty yang telah membantu dan memberi semangat dalam mengerjakan dan menyelesaikan tugas akhir ini
4. Bapak Muhamad Iqbal, Ph. D selaku dosen pembimbing tugas akhir yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Adiyono selaku dosen reviewer saya yang telah melakukan expert judgement pada alat ukur yang saya buat
6. Seluruh dosen dan staff fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Jakarta yang telah membantu penulis selama studi akademik dan proses administrasi tugas akhir ini.

Tugas akhir ini sesungguhnya masih banyak kekurangan karena keterbatasan penulis, sehingga perlu diadakannya perbaikan dan peningkatan kedepannya pada penelitian serupa di masa yang akan datang. Semoga penelitian tugas akhir ini dapat memberikan manfaat tidak hanya bagi pembaca tetapi juga bagi semua pihak.

Serang

M.Fajar Yuda.A

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

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

Nama : MUHAMMAD FAJAR YUDA ARDYANA

NIM : 46115010155

Program Studi : Psikologi

Judul Skripsi : “PENGARUH CITRA MEREK PRODUK UNIQLO TERHADAP INTENSI PEMBELIAN PADA MAHASISWA PSIKOLOGI 2015 UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA”.

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 Skripsi saya selama tetap men-cantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 30 September 2021

Yang menyatakan,



Muhammad Fajar Yuda Ardyana



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
<b>BAB II .....</b>	<b>8</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
2.1 Pengertian merek.....	8
2.1.4 Manfaat merek .....	9
2.2 Image (citra) .....	12
2.3 Definisi Brand Image (Citra Merek) .....	13
2.4 Komponen yang membentuk Brand Image (Citra Merek).....	17
2.5 Dimensi Citra Merek.....	18

2.6 Intensi Pembelian .....	19
2.6.1 Definisi <i>Intensi Pembelian</i> .....	19
2.6.1 Aspek-Aspek Intensi Pembelian.....	21
2.7 Keterkaitan antara citra merek dan intensi pembelian .....	25
2.8 PENELITIAN TERDAHULU .....	26
2.9 Kerangka Berpikir .....	28
2.10 Hipotesis.....	29
<b>BAB III.....</b>	<b>30</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
3.1 Identifikasi Variabel Penelitian.....	30
3.2 Definisi Operasional.....	30
3.2.1 Citra Merek.....	30
3.2.2 Intensi Pembelian.....	30
3.3 Responden Penelitian .....	31
3.3.1 Populasi Penelitian.....	31
3.3.2 Sampel Penelitian .....	31
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	32
3.5 Metode Analisis Data.....	32
3.5.1 Uji validitas.....	32
3.5.2 Uji Hipotesis.....	32
3.5.3 Uji Normalitas.....	33
3.5.4 Uji Reliabilitas .....	34
3.6 Alat Ukur Citra Merek .....	35
3.7 Alat Ukur Intensi Pembelian .....	35
3.8 Jenis dan Sumber Data .....	37
3.8.1 Data Primer .....	37
3.8.2 Data Sekunder.....	37



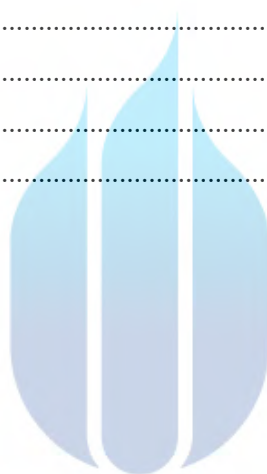
<b>BAB IV .....</b>	<b>38</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>38</b>
4.1 Deskripsi Umum Responden.....	38
4.2 Uji Validitas .....	38
4.3 Uji Reliabilitas.....	40
4.4 Uji Normalitas .....	41
4.5 Uji Hipotesis.....	45
4.6 Pembahasan .....	46
<b>BAB V.....</b>	<b>48</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>48</b>
5.1 Kesimpulan.....	48
5.2 Keterbatasan penelitian .....	48
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>50</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>52</b>



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 alat ukur citra merek .....	35
Tabel 3. 2 alat ukur intensi pembelian .....	36
Tabel 4. 1 Uji Validitas .....	39
Tabel 4. 2 Uji Validitas .....	40
Tabel 4. 3 .....	40
Tabel 4. 4 .....	41
Tabel 4. 5 .....	42
Tabel 4. 6 Uji Hipotesis .....	45



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	29
-------------------------------------	----

