

HUBUNGAN ANTARA CITRA MEREK PRIBADI (*PRIVATE BRAND IMAGE*) CARREFOUR DENGAN MINAT BELI KONSUMEN PADA WARGA RW 03 KELURAHAN TEBET BARAT KECAMATAN TEBET JAKARTA SELATAN

**NURIKA ARINDI
8105091581**



Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA NIAGA
JURUSAN EKONOMI DAN ADMINISTRASI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2013**

***THE CORRELATION BETWEEN PRIVATE BRAND IMAGE OF
CARREFOUR WITH CUSTOMER PURCHASE INTENTION ON
THE RESIDENTS OF RW 03 KELURAHAN TEBET BARAT
KECAMATAN TEBET SOUTH JAKARTA***

**NURIKA ARINDI
8105091581**



Skripsi is Written as Part of Bachelor Degree in Education Accomplishment

***STUDY PROGRAM OF COMMERCE EDUCATION
DEPARTMENT OF ECONOMIC AND ADMINISTRATION
FACULTY OF ECONOMY
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2013***

ABSTRAK

NURIKA ARINDI. Hubungan antara Citra Merek Pribadi (*Private Brand Image*) Carrefour dengan Minat Beli Konsumen Pada Warga RW 03 Kelurahan Tebet Barat Kecamatan Tebet Jakarta Selatan. Skripsi, Jakarta. Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Ekonomi dan Administrasi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Juli 2013.

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan informasi dan pengetahuan berdasarkan data atau fakta yang tepat (sahih, benar, valid) dan dapat dipercaya (dapat diandalkan, *reliable*) tentang hubungan antara citra merek pribadi (*private brand image*) Carrefour dengan minat beli konsumen pada warga RW 03 Kelurahan Tebet Barat Kecamatan Tebet Jakarta Selatan.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan korelasional. Penelitian ini dilakukan di RW 03 Kelurahan Tebet Barat Kecamatan Tebet Jakarta Selatan, selama empat bulan terhitung sejak Maret 2013 sampai dengan Juni 2013. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Warga RW 06 Kelurahan Tebet Barat Kecamatan Tebet Jakarta Selatan. Populasi terjangkaunya adalah warga RT 012 yang berjumlah 70 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik acak sederhana sebanyak 58 orang.

Teknik analisis data dimulai dengan mencari persamaan regresi sederhana, dimana persamaan regresi yang diperoleh adalah $\hat{Y}=52,41+0,60X$. Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas galat taksiran regresi Y atas X ($Y - \hat{Y}$) dengan uji liliefors diperoleh $L_{hitung} = 0,0756$, sedangkan L_{tabel} untuk $n = 58$ pada taraf signifikan 0,05 adalah 0,1163. Karena $L_{hitung} < L_{tabel}$ maka galat taksiran regresi Y atas X ($Y - \hat{Y}$) berdistribusi normal. Uji linearitas regresi diperoleh $F_{hitung} < F_{tabel}$ yaitu $F_{hitung} = 1,18 < F_{tabel} = 1,89$, sehingga disimpulkan bahwa model persamaan regresi tersebut linier. Dari uji keberartian regresi diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu $F_{hitung} = 33,88 > F_{tabel} = 4,02$, artinya model persamaan regresi tersebut berarti. Koefisien korelasi *Product Moment* dari Pearson diperoleh $r_{xy} = 0,613$, maka ini berarti terdapat hubungan yang positif antara citra merek pribadi dengan minat beli. Selanjutnya dilakukan uji keberartian koefisien korelasi dengan menggunakan uji-t dan diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $t_{hitung} = 5,81 > t_{tabel} = 1,67$, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara citra merek pribadi dengan minat beli. Koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 37,57% yang menunjukkan bahwa 37,57% variasi minat beli ditentukan oleh citra merek pribadi.

Hasil penelitian ini telah membuktikan adanya hubungan yang positif antara citra merek pribadi Carrefour dengan minat beli konsumen pada warga RW 03 Kelurahan Tebet Barat Kecamatan Tebet Jakarta Selatan.

Kata Kunci: Minat Beli, Citra Merek Pribadi.

ABSTRACT

NURIKA ARINDI. *The Correlation between Private Brand Image of Carrefour with Customer Purchase Intention On The Residents of RW 03 Kelurahan Tebet Barat Kecamatan Tebet South Jakarta.* Thesis, Jakarta. Study Program of Commerce Education, Department of Economics and Administration, Faculty of Economics, State University of Jakarta, July 2013.

The purpose of this research is to obtain valid and reliability datas or facts about the possibility correlation between private brand image of Carrefour with customer purchase intention on the residents of RW 03 Kelurahan Tebet Barat Kecamatan Tebet South Jakarta.

The research used survey method with the correlational approach. The research was conducted at RW 03 Kelurahan Tebet Barat Kecamatan Tebet South Jakarta for four months from March 2013 until June 2013. The population in this study are residents of RW 03 Kelurahan Tebet Barat Kecamatan Tebet South Jakarta, where as the possible populations were 70 residents of RT 012. The technique which is used in gathering the sample was simple random sampling about 58 residents.

According to statistical computation, the regression equation is $\hat{Y} = 52,41 + 0,60X$. Test requirements analysis of the normality test error of estimated regression of Y on X ($Y - \hat{Y}$) to produce L_{count} liliefors test = 0,0756, while the L_{table} for $n = 58$ at 0,05 significant level is 0,1163. Because the $L_{count} < L_{table}$ then an error of estimated regression of Y on X ($Y - \hat{Y}$) is normally distributed. Testing linearity of regression produces $F_{count} < F_{table}$ is $F_{count} = 1,18 < F_{table} = 1,89$, so it was concluded that the linear equation regression. From test significance regression produces $F_{count} > F_{table}$, which is $F_{count} = 33,88 > F_{table} = 4,02$, meaning that the regression equation is significant. Product Moment correlation coefficient of Pearson generating $r_{xy} = 0,613$, it indicates there's a positive correlation between brand trust with customer loyalty. Thereafter performed the test significance correlation coefficient using the t-test and the resulting $t_{count} > t_{table}$, which is $t_{count} = 5,81 > t_{table} = 1,67$. It can be concluded that the correlation between private brand image with customer purchase intention is significant. The coefficient of determination obtained for 37,57% which shows that 37,57% of the variation of customer purchase intention is determined by the private brand image.

The result of this research has proved the existence of a positive and significant correlation between private brand image of Carrefour with customer purchase intention on the residents of RW 03 Kelurahan Tebet Barat Kecamatan Tebet South Jakarta.

Keywords: *Customer Purchase Intention, Private Brand Image.*

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI





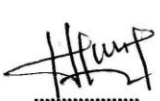
Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi



Drs. Dedi Purwana ES, M.Bus

NIP. 19671207 199203 1 001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dra. Tjutju Fatimah, M.Si</u> NIP. 19531117 198203 2 001	Ketua Penguji		17 Juli 2013
2. <u>Dra. Rochyati</u> NIP. 19540403 198503 2 002	Sekretaris		17 Juli 2013
3. <u>Dra. Corry Yohana, MM</u> NIP. 19590918 198503 2 011	Penguji Ahli		17 Juli 2013
4. <u>Dra. Nurahma Hajat, M.Si</u> NIP. 19531002 198503 2 001	Pembimbing I		17 Juli 2013
5. <u>Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Si</u> NIP. 19661030 200012 1 002	Pembimbing II		17 Juli 2013

Tanggal Lulus : 16 Juli 2013

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan Karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Juli 2013

Yang membuat pernyataan

Nurika Arindi
8105091581

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Why give up before we try. Feel the lows before the highs.

Spread our wings before we fly away”

-Unthinkable, Alicia Keys-

“Through the depths of pain, Allah elevates the status of the believer.

So bear your struggle with patience & prayer”

-Islamic Thinking-

“People will always throw stones in your path. It depends on you what you make from it. A “Wall of Difficulties” or

a “Bridge of Success”

-Anonim-

Dengan mengucapkan syukur kepada ALLAH SWT,
Shalawat serta salam teruntuk Nabi Muhammad SAW beserta
Keluarga dan Para Sahabat.

Ku persembahkan skripsi ini untuk kedua orang tuaku dan
keluargaku, semangatku, motivasiku, inspirasiku, segala-galanya
dalam hidupku.

Thank you for everything.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkah, rahmat dan hidayah serta izin-Nya lah maka skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Skripsi ini disusun sebagai bagian dalam persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana pendidikan, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Dalam menyelesaikan skripsi ini peneliti mendapatkan bimbingan, bantuan dan saran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Dra. Nurahma Hajat, M.Si. selaku dosen pembimbing I yang banyak berperan dalam memberikan bimbingan, dengan saran dan masukan yang sangat membantu dalam penulisan skripsi ini.
2. Drs. Nurdin Hidayat, M.M., M.Si selaku dosen pembimbing II dan Ketua Jurusan Ekonomi dan Administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan serta dukungan dalam penulisan skripsi ini.
3. Drs. Dedi Purwana ES, M.Bus. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Dra. Tjutju Fatimah, M.Si, selaku Ketua Program Studi Tata Niaga, Jurusan Ekonomi dan Administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi, Jurusan Ekonomi dan Administrasi, khususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Tata Niaga.
6. Kedua orang tua tercinta, Dang Indra Novalino dan Ambarini Nurani. Adik tersayang, Namira Nurmeidiana, Angku (kakek), Andung (nenek), tante dan om tercinta serta seluruh keluarga besar yang telah memberikan banyak dukungan baik secara moril maupun materil.
7. Seluruh teman-teman Program Studi Tata Niaga 2009.
8. Teman-teman satu bimbingan, Riza Fauziah, Erina Novitasari, Raisya Mentari, Golda Meir, dan Sekar Ayu, terimakasih atas support dan semangatnya selama ini.

9. Arief Budiman, Heriawan, Erina Novitasari, Riza Fauziah, Raisya Mentari, Golda Meir, Sekar Ayu, serta seluruh teman-teman Pendidikan Tata Niaga Reguler dan Non Reguler 2009 atas semangat dan kebersamaannya selama ini.
 10. Seluruh responden yakni warga RW 03 Kelurahan Tebet Barat Kecamatan Tebet Jakarta Selatan yang telah bersedia menyisihkan sedikit waktunya untuk membantu kelancaran proses pengambilan data penelitian skripsi ini.
- Terima kasih.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, hal ini diakibatkan karena keterbatasan kemampuan peneliti. Sehubungan dengan itu, peneliti sangat mengharapkan kritik membangun, saran dan masukan dari pembaca sekalian.

Jakarta, Juli 2013

Nurika Arindi