

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *SMARTPHONE* ASUS MAHASISWA FAKULTAS
EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

LISA UTAMI

8223155368



**Karya Ilmiah ini disusun untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Mendapatkan Gelar Ahli Madya di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2018**

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE TO PURCHASE
DECISION ASUS SMARTPHONE ON FACULTY ECONOMICS
STUDENT AT STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***

LISA UTAMI

8223155368



This Scientific Paper is arranged to acquire one of the requirements to get the title of Associate Expert Degree at Faculty of Economics State University of Jakarta

***STUDY PROGRAM DIII MARKETING MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2018***

ABSTRAK

LISA UTAMI. 2018. 8223155368. PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* ASUS MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA. Program Studi DIII Manajemen Pemasaran. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

Karya Ilmiah ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian *smartphone* Asus mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dengan metode pengumpulan data melalui metode survey. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling* dengan kriteria mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang pernah atau sedang menggunakan *smartphone* Asus. Sampel berjumlah 117 responden dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, analisis regresi linier sederhana, asumsi klasik dan pengujian hipotesis.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, dibuktikan dari nilai thitung yang lebih besar dari ttabel yaitu $12,462 > 1,982$ dengan nilai signifikansi sebesar 0,00 lebih kecil dari 0,05 dan koefisien korelasi (r) memiliki nilai positif sebesar 0,758. Citra merek berpengaruh sebesar 57,5% terhadap keputusan pembelian, hal tersebut dibuktikan dari nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,575 yang berarti bahwa besarnya pengaruh variabel citra merek terhadap keputusan pembelian sebesar 57,5%, sedangkan sisanya sebesar 42,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Citra Merek, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

LISA UTAMI. 2018. 8223155368. THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE TO PURCHASE DECISIONS ASUS SMARTPHONE ON ECONOMICS FACULTY STUDENTS AT STATE UNIVERSITY OF JAKARTA. Marketing Management DIII. Faculty Economics. State University of Jakarta.

This study aims to find out how the influence of brand image on purchase decision Asus smartphone students in Faculty Economics State University of Jakarta. This research uses quantitative approach by collecting data through survey method. The sampling technique used non probability sampling with purposive sampling method with the criteria of Asus smartphone user in Faculty Economics State University of Jakarta. Sample amounted to 117 respondents with data collection techniques using questionnaire. The technique used to analyze the data in this research is descriptive analysis, simple linear regression analysis, assumption classic, analysis and hypothesis testing.

The results of this study indicate that the brand image has positive effect on purchase decision, evidenced from the value of t count higher than t table is 12.462 > 1,982 with a significance value is 0.000 smaller than 0.05 and the coefficient correlation (r) has a positive value is 0.758. Brand image affects 57.5% of purchase decision, it is proved from the value of coefficient determination (R^2) is 0.575 which means that the magnitude of the influence of confidence variable 57.5%, while the rest of 42.5% influenced by other factors not included in this study

Key Word: Brand Image, Purchase Decision

Lembar Pengesahan


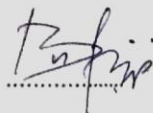

LEMBAR PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta



Dr. Dedi Purwana E. S., M.Bus

NIP. 19671207 1999203 1 001

| Nama | Tanda Tangan | Tanggal |
|--|--|----------------------------|
| Ketua Penguji | | |
| <u>Dra. Umi Mardiyati, M.Si</u> NIP. 19570221 198503 2 002 |  | <u>19-08-2018</u> |
| Penguji Ahli | | |
| <u>Dra. Basrah Saidani, M.Si</u> NIP. 19630119 199203 2 001 |  | <u>15-08-2018</u> |
| Dosen Pembimbing | | |
| <u>Dra. Sholikhah, MM</u> NIP. 19620623 199003 2 001 |  | <u>16-08-2018</u> |

Lembar Orisinalitas

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya ilmiah ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Ahli Madya, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Karya ilmiah 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 ketidak benaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 23 Agustus 2018

Yang membuat pernyataan,



Lisa Utami

No. Reg. 8223155368

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan karya ilmiah yang berjudul: Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Asus mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Karya ilmiah ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar ahli madya di bidang manajemen pemasaran pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Penulis menyadari bahwa karya ilmiah ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis berterimakasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Penulis menyampaikan terimakasih kepada kedua orang tua, yang dengan penuh doa, perhatian, kasih sayang dan kesabarannya membantu baik moril maupun materiil sepanjang hidup penulis.

Penulis juga berterimakasih kepada Dra. Solikhah M.M, sebagai dosen pembimbing dan ketua koordinator program studi yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan karya ilmiah ini dari awal hingga karya ilmiah ini dapat diselesaikan.

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Dr. Dedi Purwana, E.S., M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi, beserta segenap jajarannya yang telah berupaya meningkatkan situasi kondusif pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Tidak lupa pula, penulis mengucapkan terimakasih kepada para responden yang telah rela meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner demi kelancaran penelitian ini. Kiranya hasil penulisan ini mudah-mudahan dapat memberi sumbangsih dalam ilmu pengetahuan di tanah air.

Penulis