

**HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI CITRA MEREK DENGAN  
KEPUTUSAN PEMBELIAN DETERJEN DAIA PADA WARGA  
RW 04 CEMPAKA WARNA, JAKARTA PUSAT**

**SUDJAT MIKA  
8135108177**



**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Pendidikan**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATANIAGA  
JURUSAN EKONOMI DAN ADMINISTRASI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2014**

***THE RELATION BETWEEN PERCEPTION BRAND IMAGE BY DECREE  
BUYING DETERJEN DAIA ON CITIZENS RW 004, CENTRAL JAKARTA***

SUDJAT MIKA

8135108177



***Skripsi is Written as A Part of Bachelor Degree in Education Accomplishment***

***STUDY PROGRAM OF COMMERCE EDUCATION  
ECONOMICS AND ADMINISTRATION DEPARTMENT  
FACULTY OF ECONOMICS  
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA  
2014***

## ABSTRAK

**SUDJATMIKA.** Hubungan antara Persepsi Citra Merek dengan Keputusan Pembeliandeterjen Daia pada Warga RW 004, Jakarta Pusat. Skripsi, Jakarta. Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Ekonomi dan Administrasi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, 2014.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang positif antara Persepsi Citra Merek dengan Keputusan Pembeliandeterjen Daia pada Warga RW 004, Jakarta Pusat.

Penelitian ini dilakukan selama 4 bulan terhitung sejak bulan Maret 2014 sampai dengan bulan Juni 2014. Metode Penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan korelasional. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh warga Rw 004, Cempaka Warna, Jakarta Pusat. Sedangkan populasi terjangkau adalah warga RT006/004Jakarta Pusat sebanyak 52 orang warga yang sesuai dengan karakteristik populasi. Dari jumlah populasi terjangkau tersebut diambil sampel sebanyak 30 orangwarga berdasarkan pada tabel penentuan sampel dari Isaac dan Michael.

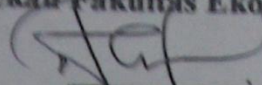
Dari hasil perhitungan diperoleh persamaan regresi linier sederhana  $\hat{Y} = 18,54+0,829X$ . Uji persyaratan analisis untuk menguji normalitas galat taksiran regresi Y atas X menunjukkan bahwa galat taksiran regresi Y atas X bersdistribusi normal. Hal ini dibuktikan oleh perhitungan yang menunjukkan bahwa L hitung  $(0,075) < L$  tabel  $(0,123)$  dengan menggunakan Uji Liliefors pada taraf signifikan  $(\alpha) = 0,05$ .

Dalam uji keberartian dan kelinieran regresi menggunakan Tabel Analisis Varians (ANOVA). Dari hasil uji keberartian regresi diperoleh Fhitung = 29,51 > Ftabel = 4,03 yang menyatakan regresi berarti. Dari hasil uji linieritas regresi diperoleh Fhitung = 0,41 < Ftabel = 2,03 yang menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan adalah linier.

Koefisien korelasi yang dihitung dengan menggunakan rumus *Product Moment* menghasilkan rxy sebesar 0,659 sedangkan hasil dari uji signifikansi diperoleh t hitung sebesar 5,43 dan t tabel sebesar 1,48. Dikarenakan t hitung > t tabel maka disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara persepsi citra merek dengan keputusan pembelian dengan kepuasan pelanggan Indosat IM3 pada warga RW 004 Jakarta Pusat 37,11% variasi variabel Y ditentukan oleh variabel X.

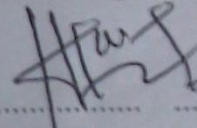
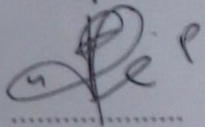
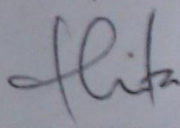
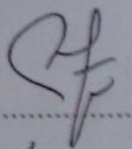
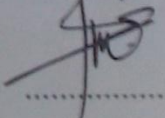
Kesimpulan penelitian adalah terdapat hubungan yang positif antara cita merek dengan keputusan pembelian pada RW004 Jakarta Pusat Hal tersebut berarti semakin baik persepsi pelanggan terhadap harga yang ditawarkan, maka akan semakin tinggi Keputusan pembelian

Penanggung Jawab  
Dekan Fakultas Ekonomi



Dra. Dedi Purwana, ES. M.Bus  
NIP.196712071992031001

**TIM PENGUJI**

Jabatan	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1. Ketua Penguji	<u>Drs. Nurdin Hidayat, M.M, M.Si</u> NIP.196610302001201001		26-06-2014
2. Penguji Ahli	<u>Ryna Parlyna, M.BA</u> NIP.19771112008122003		26-06-2014
3. Sekretaris	<u>Dita Puruwita, Spd, M.Si</u> NIP. 1982209082010122004		26-06-2014
4. Pembimbing I	<u>Tjutju Fatimah, M.Si</u> NIP. 195311171982032001		26-06-2014
5. Pembimbing II	<u>Dr. Corry Yohana, MM</u> NIP.195909181985032011		26-06-2014

Tanggal Lulus: 26-06-2014

## **ABSTRACT**

**SUDJAT MIKA.** *The relation between perception brand image by decree pembeliandeterjen daia on citizens rw 004, central jakarta. Thesis, jakarta. Course of study the commercial distribution of education, major economic and administration, the faculty of economics, jakarta state university, 2014.*

*This research was meant to find out whether there is a positive connection between perception brand image to the decision of pembeliandeterjen daia on citizens rw 004, central jakarta*

*This research was conducted for four months since March, 2014 until June 2014. Research methods the survey method is used with the korelasional approach. The population in this research is the whole citizens Rw 004, Cempaka, Central Jakarta. While the population is affordable is a citizen of RT006/004 Jakarta Center for as many as 52 people according to the characteristics of the population. From the affordable population numbers 30-person sample is taken of the table based on the sample determination from Isaac and Michael*

*Of a result of calculation obtained the regression equation is linear simple =  $18,54 + 0,829x$ . Test the requirements analysis to test normality gallic taksiran regression y over x show that gallic taksiran regression y over x bersdistribusi normal. This is proven by calculations indicate that i count ( 0,075 ) & it; l table ( 0,123 ) by using test liliefors on first significant = 0.05.*

*The test is mean and linear regression use table analisis variance ( anava ). From the test keberartian regression obtained fhitung = 29,51 & gt; ftabel = 4,03 stating regression*

*The test is mean and linear regression use table analisis variance ( anava ). From the test means regression obtained fhitung = 29,51 & gt; ftabel = 4,03 stating regression means. From the test linieritas regression obtained fhitung = 0,41 & it; ftabel = 2,03 yang show that model regression used is linear*

*The correlation coefficient is calculated by using the formula Product Moment produces rxy of 0,659 whereas the results of the test of significance is derived t count by 5, 43 dan t table amounted to 1.48. Because t count & gt; t table then concluded that there was a significant relationship between the perception of the brand image with purchase decisions with IM3 Indosat customer satisfaction on the citizens of Central Jakarta 004 37,11 RW% variation of the variable Y is determined by the variable X.*

*Conclusion of the research was there is a positive relationship between the ideals of the brand with a purchasing decision on Central Jakarta RW004 it means the better the customer perception of the price offered, it will be the higher the purchasing decisions*

## LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*Bismillahirrahmanirrahim....*

***“Bagaikan Karang di Lautan”***

*Bagaimanakah kita saat ini dan nantinya, Jadilah seperti karang di lautan yang kuat dihantam ombak dan kerjakanlah hal yang bermanfaat untuk diri sendiri dan orang lain, karena hidup hanyalah sekali. Ingat hanya pada Allah apapun dan di manapun kita berada kepada Dia-lah tempat meminta dan memohon....☺*

***Berangkat dengan penuh keyakinan...***

***Berjalan dengan penuh keikhlasan...***

***Istiqomah dalam menghadapi cobaan...***

*Dengan mengucap... Alhamdulillahilabbil'alamiin,*

*Shalawat serta salam tercurah kecintaan dan kerinduan pada Nabi Muhammad SAW.*

*Ku persembahkan skripsi ini untuk Ibu dan Ayah, Kaka, Adik, Saudara, Sahabat, Keluarga Besar Bapak Amadullah Sukabumi, serta Universitas Negeri Jakarta, Para Dosen dan Guru-guruku yang terhormat Tak lupa seluruh orang yang ku sayang dan yang menyayangiku dengan tulus.*

***Terima Kasih Banyak Tak Terhingga Bagi Kalian Semua...***

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah dipublikasikan 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 dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Juni 2014



Sudjat Mika

No. Reg. 8135108177

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat kasih dan rahmat-Nya penulisan seminar usulan proposal untuk skripsi ini dapat selesai tepat waktu

Skripsi/tugas akhir yang berjudul “Hubunan Antara Persepsi Citra Merek Dengan Keputusan Pembelian Pada RW 004 di Cempaka Warna, Jakarta Pusat” ini ditulis untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana pada Universitas Negeri Jakarta. Pada kesempatan ini, Izinkanlah penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang dengan tulus ikhlas telah memberikan bantuan dan dorongan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, terutama kepada :

1. Drs.Nurdin Hidayat, MM, M.Si selaku Ketua Jurusan Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Dra. Tjutju Fatimah, M.Si selaku Dosen Pembimbing I
3. Dra.Corry Yohana, MM selaku Dosen Pembimbing II
4. Dra. Tjutju Fatimah, M.Si selaku Ketua Program Studi Pendidikan Tata Niaga Universitas Negeri Jakarta.
5. RW 04 Cempaka Warna yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk melakukan penelitian
6. Keluarga Besarku : Bapak, Ibu, Wawan, Nasrul dan Fitri.
7. M.Guna A'la, Nurlia Agustina, Dila dan Bella Descha Monika



8. Uche usrin yang selalu memberikan motivasi untuk saya dalam pembuatan skripsi
9. Siti Hilmiah yang membantu penuntun dalam motivasi pembuatan skripsi
10. Semua pihak yang telah membantu dan tidak dapat disebutkan satu persatu

Penulis menyadari, makalah ini tentunya banyak kekurangan dan kesalahan disana sini. Karena itu kritik dan saran dari ahli serta rekan-rekan semua sangat diharapkan untuk perbaikan mutu skripsi dimasa dating

Smoga skripsi ini bermanfaat bagi kemajuan ilmu pengetahuan dimasa yang akan datang

Jakarta, 20 Juni 2014

Sudjat Mika