

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI
CHATIME (Survei Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta)**

VIRGINIA SALMA NUR ADZO

8223154581



*Building
Future
Leaders*

**Karya Imiah ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan
mendapatkan Gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta.**

PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN

PEMASARAN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2020

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE ON CUSTOMER
PURCHASE INTENTION CHATIME (Survey Student of
Management Study Program Faculty of Economics State University
of Jakarta)***

VIRGINIA SALMA NUR ADZO

8223154581



*Building
Future
Leaders*

***This scientific paper arranged to meet one of the requirements to get the title of
the Experts Associate at Faculty Of Economics University of Jakarta***

***MARKETING MANAGEMENT STUDY PROGRAM
DIPLOMA DEGREE
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2020***

ABSTRAK

Virginia Salma Nur Adzo 2019. 8223154581, judul karya ilmiah “Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Chatime (Survei Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta)”. Program Studi DIII Manajemen Pemasaran. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek terhadap minat beli produk Chatime. Data yang digunakan pada penelitian ini berupa data primer yang dikumpulkan dari hasil penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang mengenal produk Chatime. Dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling*. Metode pengolahan data menggunakan metode Regresi Linear Sederhana. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa variable citra merek berpengaruh terhadap minat beli. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *R Square* sebesar 0.254 atau 25.4%, sedangkan sisanya 74.6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Dalam penelitian ini juga diketahui bahwa citra merek memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli. Dengan demikian, hasil penelitian ini relevan dan pada saat yang sama mendukung teori minatbeli.

Kata Kunci: Citra Merek, Minat Beli, dan Analisis Regresi Linear Sederhana.

ABSTRACT

Virginia Salma Nur Adzo, 2019, 8223154581, title of the research “The Influence Of Brand Image on Customer Purchase Intention Chatime (Survey Student of Management Study Program Faculty of Economics State University of Jakarta). DIII Marketing Study Program. Faculty of Economics. State University of Jakarta.

This research is analyze the influence of brand image on customer purchase intention Chatime product. The data which is used in this research is primary data, collected from spreading one hundred questionnaires to Chatime’s consumers. This research use non-probability sampling and linier regression analysis in cultivating data. From the result of this research, known that brand imageinfluence on customer purchase intention. Which is showing by value of R Square is 0.254 (25.4%), while 74.6% is influence by other factors. In this research, also known that brand image havepositive and significant influence to customer purchase intention. Thus, the result of the research is relevant and at the same time supports the theory of customer purchase intention.

Keywords: Brand Image, Customer Purchase Intention, and Regression Analysis

Lembar Persetujuan Ujian

Dosen Pembimbing

Tanda Tangan

Tanggal

Dra. Basrah Saidani, M.Si
NIP. 19630191 99203 2 001


.....

07 Agustus 2019
.....

Jakarta, 07 Agustus 2019
Koordinator Program Studi
DIII Manajemen Pemasaran



Dra. Sholikhah, MM
NIP. 19620623 199003 2 001

LEMBAR PENGESAHAN KARYA ILMIAH


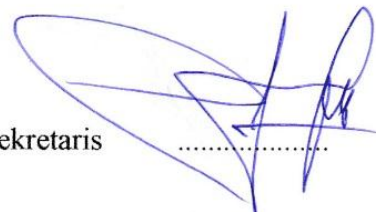

Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta



Dr. Ari Saptono, SE., M. Pd

NIP: 197207152001121 001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
<u>Dra. Sholikhah, MM</u> NIP. 196206231990032 001	Ketua		17 Februari 2020
<u>Agung Kresnamurti R P. ST., MM</u> NIP.197404162006041 001	Sekretaris		17 Februari 2020
<u>Dra. Basrah Saidani, M.Si</u> NIP. 196301191992032 001	Pembimbing		18 Februari 2020

Tanggal Lulus: 07 Februari 2020

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
3. dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari
5. 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, 20 Juli 2019
Yang membuat pernyataan,



Virginia Salma NurAdzo
NIM. 8223155028

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah S.W.T yang telah memberikan karunia dan kasih sayang- Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah dengan judul **Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Chatime (Survei Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta)**.

Penyusunan karya ilmiah ini bertujuan untuk memenuhi sebagian syarat guna mencapai gelar Ahli Madya di Universitas Negeri Jakarta. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan karya ilmiah ini terutama kepada:

1. Dra.Basrah Saidani, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan peneliti.
2. Dra. Sholikhah, MM Selaku Koordinator Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Dr. Ari Saptono, SE., M. Pd Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Kedua orang tua yang penulis cintai dan sayangi, yang dengan rasa cinta dan kasih sayangnya secara tulus telah mengurus, membesarkan, mendidik penulis hingga sekarang ini serta memberikan semangat dan doa yang tiada henti-hentinya kepada peneliti.

5. Seluruh dosen Universitas Negeri Jakarta (UNJ) yang telah banyak membantu dan memberikan ilmu yang bermanfaat selama penulis duduk di bangku perkuliahan
6. Seluruh kerabat dan teman-teman Prodi Diploma III Manajemen Pemasaran Universitas Negeri Jakarta serta sahabat terdekat dan saudara kandung penulis Tegar Swendanur Risha ,Andy Samudera, Erwin Vitrianudin, Rhesa Pramudita, Cintya Novalinda, Nadila Aryanti, Rizky Setiawan yang telah membantu penulis agar dapat menyelesaikan karya ilmiah ini.
7. Kepada diri saya sendiri selaku penulis yang telah berhasil berjuang dan mampu bertahan dalam menyelesaikan karya ilmiah ini.

Penulis menyadari bahwa karya ilmiah ini masih sangat jauh dari kata sempurna dikarenakan keterbatasan penulis dalam hal pengalaman dan wawasan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya saran beserta masukan bahkan kritik yang dapat menambah pengetahuan dari pihak-pihak yang ada.

Jakarta, 20 Juli 2019

Peneliti