

**PENGARUH CITRA MEREK EMINA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK EMINA (STUDI KASUS D3
ADMINISTRASI BISNIS POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA)**



LAPORAN AKHIR

**Dibuat Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menyelesaikan
Pendidikan Diploma III Pada Jurusan Administrasi Bisnis
Prodi Studi Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

OLEH:

**RENI SALIM LUBIS
NPM 061930601580**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
PALEMBANG**

2022

**PENGARUH CITRA MEREK EMINA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK EMINA (STUDI KASUS D3
ADMINISTRASI BISNIS POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA)**



LAPORAN AKHIR

OLEH:

**RENI SALIM LUBIS
NPM 061930601580**

Menyetujui,

Palembang, 2022

Pembimbing I,

**Dr. A. Jalaluddin S, S.E., M.Hum, Res.M
NIP 196008061989101001**

Pembimbing II,

**Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB
NIP 197602222002121001**

Mengetahui,

**Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis**

**Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB.
NIP 197602222002121001**

**Koordinator Prodi Jurusan
Administrasi Bisnis**

**Fetty Maretha, S.E., MM
NIP 198203242008012009**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA**
Jalan Srijaya Negara, Palembang 30139
Telp. 0711-353414 Fax. 0711-355918
Website : www.polisriwijaya.ac.id E-mail : info@polsri.ac.id

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Reni Salim Lubis
NIM : 061930601580
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Diploma III Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Pengaruh Citra Merek Emina Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Emina (Studi Kasus Mahasiswa D3 Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut diatas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri.
2. Laporan Akhir bukanlah plagiat/salinan Laporan Akhir milik orang lain.
3. Apabila Laporan Akhir saya plagiat/menyalin Laporan Akhir orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan Laporan Akhir beserta konsekuensinya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Palembang, Juli 2022
membuat pernyataan,



Reni Salim Lubis
Reni Salim Lubis
NPM 061930601580

LEMBAR PENGESAHAN


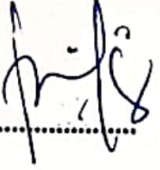

Nama : Reni Salim Lubis
NPM : 061930601580
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/ D3 Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Pengaruh Citra Merek Emina Terhadap Keputusan Pembelian
Konsumen Produk Emina (Studi Kasus D3 Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya)

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Laporan Akhir
Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis
dan dinyatakan LULUS

Pada Hari:

Tanggal: Agustus 2022

TIM PENGUJI

<u>No.</u>	<u>Nama</u>	<u>Tanda Tangan</u>	<u>Tanggal</u>
1.	Dr. Jalaludin Sayuti, S.E., M.Hum.Res.M [?] Ketua Penguji	
2.	Fetty Maretha, S.E., M.Si Anggota Penguji	
3.	Abd Hamid, S.E., M.M Anggota Penguji	

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Barang siapa keluar untuk mencari sebuah ilmu, maka ia akan berada di jalan Allah hingga ia kembali.”

HR Tirmidzi

**"Apapun yang menjadi takdirmu, akan mencari jalannya menemukanmu."
Abi bin Abi Thalib**

Persembahan:

- 1. Kedua orang tua saya yang menjadi salah satu motivasi terbesar saya untuk penyelesaian laporan akhir ini.**
- 2. Saudara-saudara saya**
- 3. Dosen pembimbing yang telah bersedia membimbing menyelesaikan laporan akhir ini.**
- 4. Teman-teman kelas 6NM dan Almamater kebanggaan.**
- 5. Alamater Politeknik Negeri Sriwijaya**

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya yang senantiasa dilimpahkan sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini dengan lancar. Laporan Akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Program Diploma III pada Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

Laporan ini berjudul **Pengaruh Cita Merek Emina Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan D3 Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya)**. Laporan ini membahas tentang pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan PT Paragon Teknologi and Innovation melalui citra merek untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan laporan akhir ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Oleh karena itu saran dan kritik sangat diharapkan. Semoga laporan akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, khususnya untuk Politeknik Negeri Sriwijaya.

Palembang, Juni 2022

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kepada Allah SWT atas karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini dengan judul **“Pengaruh Citra Merek Emina Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Emina (Studi Kasus D3 Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya)”** Penulis bersyukur karena dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini guna memenuhi sebagian syarat menyelesaikan Pendidikan Diploma III Pada Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

Laporan Akhir ini disusun berkat bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, untuk penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ing. Ahmad Taqwa, M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Bapak Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Ibu Fetty Maretha, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Bapak Dr. A. Jalaluddin Sayuti, S.E., M.Hum,Res.M., selaku Dosen Pembimbing pertama yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama penyusunan Laporan Akhir ini.
5. Bapak Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB., selaku Dosen Pembimbing kedua yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama penyusunan Laporan Akhir ini.
6. Seluruh Dosen Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama di bangku kuliah.
7. Kedua Orang Tua saya yang selalu memberikan dukungan dan juga mendoakan sehingga saya dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini.
8. Teman-teman satu perjuangan Kelas 6NM yang telah memberikan semangat, belajar dan juga berjuang Bersama.

9. Sahabat-sahabat saya yang menjadi saksi bisu atas perjuangan saya selama ini.

10. Semua Pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah membantu dalam penyusunan Laporan Akhir ini.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingan kepada penulis. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah diberikan.

Palembang, Juni 2022

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk emina secara parsial dan melihat seberapa besar pengaruhnya dengan melihat hasil uji t. penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik probability sampling dengan jumlah responden sebanyak 40 orang. Metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linear sederhana dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil analisis diperoleh kesimpulan bahwa variabel citra merek (X) berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa Jurusan D3 Administrasi Bisnis di Politeknik Negeri Sriwijaya karena nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, yaitu t_{hitung} bernilai 10,369 sedangkan nilai t_{tabel} adalah 2,02439, untuk nilai signifikansi variabel citra merek adalah 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,005 dilihat dari koefisien regresi yang dihasilkan dari uji variabel citra merek (X) memiliki nilai yang positif yaitu 0,634 dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,005 yaitu 0,000. Berdasarkan penjelasan tersebut diperoleh kesimpulan bahwa citra merek (X) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

Kata kunci: Citra Merek, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of brand image on purchasing decisions for Emina products partially and see how much influence it has by looking at the results of the t test. This study uses a quantitative approach with probability sampling technique with the number of respondents as many as 40 people. The data analysis method used is validity test, reliability test, simple linear regression analysis and hypothesis testing. Based on the results of the analysis, it can be concluded that the brand image variable (X) has an effect on purchasing decisions for students of the D3 Business Administration Department at the Sriwijaya State Polytechnic because the value of $t_{\text{count}} < t_{\text{table}}$, namely t_{count} is 10.369 while the value of t_{table} is 2.02439, for the significance value of the brand image variable is 0.000 which means it is smaller than 0.005 seen from the regression coefficient generated from the brand image variable test (X) which has a positive value of 0.634 with a significance value smaller than 0.005 which is 0.000. Based on this explanation, it can be concluded that brand image (X) has a positive and significant influence on the purchasing decision variable (Y).

Keywords: Brand Image, Purchase Decision

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMAKASIH.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan.....	7
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1.4.1. Tujuan Penelitian.....	7
1.4.2. Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Metode Penelitian.....	7
1.5.1. Ruang Lingkup Penelitian	7
1.5.2. Jenis dan Sumber Data	8
1.5.3. Metode Pengumpulan Data	8
1.5.4. Populasi dan Sampel.....	9
1.6 Definisi Operasional Variabel.....	10
1.7 Kerangka Berpikir	12
1.8 Hipotesis.....	12
1.9 Skala Pengukuran.....	13

1.10 Metode Analis Data.....	14
1.10.1 Uji Validitas.....	14
1.10.2 Uji Reliabilitas.....	14
1.10.3 Uji t (Parsial)	14
1.10.4 Regresi Linear Sederhana.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Pemasaran	16
2.2 Pengertian Bauran Pemasaran.....	16
2.3 Citra Merek	17
2.3.1 Pengertian Citra Merek	17
2.3.2 Manfaat Citra Merek	18
2.3.3 Indikator Citra Merek.....	18
2.4 Keputusan Pembelian.....	19
2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	19
2.4.2 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	19
2.4.3 Proses Keputusan Pembelian	20
2.4.4 Indikator Keputusan Pembelian	21
BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN	
3.1 Sejarah Singkat Perusahaan	23
3.2 Visi dan Misi	24
3.2.1 Visi	24
3.2.2 Misi	24
3.3 Logo	25
3.4 Struktur Organisasi Perusahaan	26
3.5 Produk Emina.....	27
3.6 Identitas Responden	34
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Variabel Penelitian.....	37
4.1.1 Persepsi Responden terhadap Variabel Citra Merek.....	37
4.1.2 Persepsi Responden terhadap Variabel Keputusan Pembelian	43
4.2 Anallisis Data	47

4.2.1 Uji Instrumen	47
4.3 Pembahasan.....	52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	54
5.2 Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Kerangka Berfikir	12
Gambar 3.1	Logo Perusahaan	25
Gambar 3.2	Struktur Organisasi.....	26
Gambar 3.3	Produk Emina.....	27
Gambar 3.4	Emina Bright Stuff Micellar Water.....	27
Gambar 3.5	Emina Bright Stuff Face Wash	28
Gambar 3.6	Emina Bright Stuff Face Toner	29
Gambar 3.7	Emina Bright Stuff Loose Powder	30
Gambar 3.8	Emina Bright Stuff Moisturizing Cream.....	31
Gambar 3.9	Emina Bright Stuff Essence Sheet Mask.....	32
Gambar 3.10	Emina Bright Stuff Tone Up Cream	33

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Konsumen Produk Emina.....	5
Tabel 1.2	Definisi Operasional Variabel.....	10
Tabel 1.3	Pengukuran Skala Likert.....	13
Tabel 3.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Tabel 3.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	35
Tabel 3.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Semester.....	35
Tabel 4.1	Jawaban Respondene tentang Kemasan produk emina menarik segi bentuk, model dan warna	38
Tabel 4.2	Jawaban Responden tentang Produk emina sesuai dengan kandungan dan manfaat produknya	39
Tabel 4.3	Jawaban Responden tentang Produk emina membuat kulit menjadi lebih sehat dan cerah	39
Tabel 4.4	Jawaban Responden Merek emina terkenal dengan konsmetik yang girly dan cukup lengkap sehingga dapat dipercaya.....	40
Tabel 4.5	Jawaban Responden Mudah mengenali produk emina	41
Tabel 4.6	Jawaban Responden Produk emina mempunyai manfaat yang tidak dimiliki oleh produk kecantikan lainnya.....	41
Tabel 4.7	Tabulasi Data TCR Variabel Citra Merek.....	42
Tabel 4.8	Jawaban Responden tentang Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan sehingga yakin untuk membeli produk emina.....	43
Tabel 4.9	Jawaban Responden tentang membeli produk emina sebagai pilihan pertama dalam membeli produk kecantikan	44
Tabel 4.10	Jawaban Responden tentang Bersedia untuk merekomendasi produk emina kepada teman dan keluarga	45
Tabel 4.11	Jawaban Respoden tentang Kualitas produk terjamin, membuat yakin untuk membeli ulang produk emina.....	45
Tabel 4.12	Tabulasi Data TCR Variabel Keputusan Pembelian	46
Tabel 4.13	Hasil Uji Validitas Citra Merek	47

Tabel 4.14	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	48
Tabel 4.15	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek.....	49
Tabel 4.16	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian	49
Tabel 4.17	Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	50
Tabel 4.18	Hasil Uji Regresi Linier Sederhana.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
- Lampiran 2 Surat Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir dengan Pembimbing I
- Lampiran 3 Surat Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir dengan Pembimbing II
- Lampiran 4 Lembar Bimbingan Laporan Akhir dengan Pembimbing I
- Lampiran 5 Lembar Bimbingan Laporan Akhir dengan Pembimbing II
- Lampiran 6 Kuisioner
- Lampiran 7 Hasil Analisis Data melalui SPSS