

**PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
JILBAB UMAMA SCARF  
(Studi Kasus Mahasiswi DIII Jurusan Administrasi Bisnis  
Politeknik Negeri Sriwijaya)**



**LAPORAN AKHIR**

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

**OLEH:**

**RUTONAH EMILIA SARI  
NPM 061930601512**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA  
PALEMBANG  
2022**

**PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
JILBAB UMAMA SCARF  
(Studi Kasus Mahasiswi DIII Jurusan Administrasi Bisnis  
Politeknik Negeri Sriwijaya)**



**LAPORAN AKHIR**

**OLEH:**

**RUTONAH EMILIA SARI  
NPM 061930601512**

**Menyetujui,**

**Palembang, Agustus 2022**

**Pembimbing I,**

**Pembimbing II,**

**Abd Hamid, S.E., M.Si  
NIP 195806281989101001**

**Gst. Ayu Oka Windarti, S.E., M.M  
NIP 196003271990032001**

**Mengetahui,**

**Ketua Jurusan  
Administrasi Bisnis**

**Koordinator Program Studi  
D-III Administrasi Bisnis**

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

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



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA**

Jalan Srijaya Negara, Palembang 30139

Telp. 0711-353414 Fax. 0711-355918

Website : [www.polisriwijaya.ac.id](http://www.polisriwijaya.ac.id) E-mail : [info@polsri.ac.id](mailto:info@polsri.ac.id)



**SURAT PERNYATAAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rutonah Emilia Sari  
NPM : 061930601512  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/DIII Administrasi Bisnis  
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran  
Judul Laporan Akhir : PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN JILBAB UMAMA  
SCARF (Studi Kasus Mahasiswi DIII Jurusan  
Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut di atas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri.
2. Laporan Akhir ini bukanlah plagiat/salinan Laporan Akhir milik orang lain.
3. Apabila Laporan Akhir saya plagiat/menyalin Laporan Akhir milik 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,

2022

Yang Membuat Pernyataan,



Rutonah Emilia Sari  
NPM 061930601512

## LEMBAR PENGESAHAN



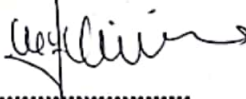

Nama : Rutionah Emilia Sari  
NPM : 061930601512  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/DIII Administrasi Bisnis  
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran  
Judul Laporan Akhir : Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Umama Scarf (Studi Kasus Mahasiswi DIII Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya)

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

Pada Hari: .....

Tanggal: .....

### TIM PENGUJI

<u>No.</u>	<u>Nama</u>	<u>Tanda Tangan</u>	<u>Tanggal</u>
1.	<u>Dr. Hadi Jauhari, S.E., M.Si</u> Ketua Penguji	 .....	7/8 2022 .....
2.	<u>Lisnini, S.E., M.Si</u> Anggota Penguji	 .....	15/8 2022 .....
3.	<u>Titi Andriyani, S.E., M.Si</u> Anggota Penguji	 .....	23/8 2022 .....
4.	<u>Abd Hamid, S.E., M.Si</u> Anggota Penguji	 .....	8/8 2022 .....

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

**“Allah sudah memberikan kesempatan untuk hidup. Hidup untuk belajar, hidup untuk masa lalu dan hidup untuk masa depan. Jika ingin masa depan yang sukses, maka belajarlh dari masa lalu, agar kelak kesalahan yang lampau akan menjadi guru hidup untuk masa yang akan datang”.**

**“Kunci Hidup Bahagia adalah Jalani, Nikmati, dan Syukuri”**

**-Rutonah Emilia Sari-**

**Kupersembahkan Kepada:**

- ❖ Ayah dan Ibu Tercinta**
- ❖ Saudara-Saudaraku Tersayang**
- ❖ Sahabat-Sahabat Terbaikku**
- ❖ Teman Seperjuangan 6ND 2019**
- ❖ Almamater Politeknik Negeri Sriwijaya**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala limpahan berkah, rahmat dan hidayah serta perlindungannya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini tepat pada waktunya dengan kelancaran yang telah diberikan. Penyusunan Laporan Akhir ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan studi jenjang Diploma III pada Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

Laporan Akhir ini berjudul “**PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JILBAB UMAMA SCARF**” yang membahas tentang *brand image* dan keputusan pembelian pada Jilbab Umama Scarf. Masalah yang akan dibahas dalam laporan akhir ini yaitu bagaimana pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian Jilbab Umama Scarf.

Penulis menyadari bahwa Laporan Akhir ini belum sempurna dan masih terdapat kekurangan, baik dari cara penulisan maupun penyusunan laporan ini. Maka dari itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan laporan ini.

Akhir kata, penulis ucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan saran dan bantuan dalam penyusunan laporan ini. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan juga bagi penulis pada khususnya.

Palembang,

2022

Penulis

## UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam menyelesaikan laporan akhir ini, penulis menyadari bahwa laporan ini tidak akan berjalan dengan baik tanpa adanya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang membantu dalam penyusunan laporan ini, khususnya kepada:

1. Bapak Dr. Ing. Ahmad Taqwa, MT, selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
2. Bapak Dr. Heri Setiawan, S.E. M.AB. selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
3. Ibu Dr. Marieska Lupikawaty, S.E., M.M selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
4. Ibu Fetty Maretha, S.E., M.M selaku Kaprodi Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
5. Bapak Abd Hamid, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia memberikan tenaga, waktu dan pikiran dalam membantu penulisan Laporan Akhir ini.
6. Ibu Gst. Ayu Oka Windarti, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia memberikan tenaga, waktu dan pikiran dalam membantu penulisan Laporan Akhir ini.
7. Seluruh Dosen dan Staf Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
8. Ayah dan Ibu sari, ayuk dan adik sari, dan sahabat-sahabat kecil disekitar rumah sari yang telah memberikan doa, cinta, kasih sayang, semangat dan bantuan baik moral maupun material dalam melaksanakan penelitian Laporan Akhir ini.
9. Rekan sesama mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya khususnya teman-teman seperjuangan di Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya terutama kelas 6ND 2019.

10. Teman-Teman Mahasiswi DIII Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah membantu dan bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih banyak pada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingan kepada penulis. Semoga segala bantuan yang telah diberikan mendapatkan limpahan balasan pahala dari Allah SWT. Aamiin.

Palembang,

2022

Penulis



## ABSTRAK

Judul Laporan Akhir ini adalah “Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Umama Scarf”. Tujuan laporan ini untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Brand Image* terhadap keputusan pembelian Jilbab Umama Scarf pada Mahasiswi DIII Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya. Jenis dan Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menggunakan observasi, kuesioner, dan studi kepustakaan serta Metode analisis data yang digunakan berupa metode deskriptif kuantitatif, uji instrumen, analisis regresi linier sederhana, dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Brand Image* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Umama Scarf pada Mahasiswi DIII Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya, hal ini dibuktikan dengan besarnya nilai  $t_{hitung} 4.470 > t_{tabel} 1.990$ . Berdasarkan pada uji koefisien determinasi, nilai  $Rsquare$  adalah sebesar 0,204, yang artinya 20,4% *Brand Image* mampu mempengaruhi Keputusan Pembelian.

**Kata kunci:** *Brand Image*, Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

The title of this final report is "The Influence *Brand Image* on the Decision to Purchase the Umama Scarf Hijab". The purpose of this report is to find out how the influence of *Brand Image* on the decision to purchase the Umama Scarf Hijab for DIII students of the Sriwijaya State Polytechnic Department of Business Administration. Types and sources of data in this study using primary and secondary data. Data collection techniques in this study using observation, questionnaires, and literature studies as well as data analysis methods used in the form of quantitative descriptive methods, test instruments, simple linear regression analysis, and hypothesis testing. The results of this study indicate that *Brand Image* has an effect on purchasing decisions for Umama Scarf Hijabs for DIII students of the Sriwijaya State Polytechnic Business Administration Department, this is evidenced by the large value  $t_{count} 4.470 > t_{table} 1.990$ . Based on the coefficient of determination test, the  $R^2$  value is 0,204, which means 20,4% *Brand Image* able to influence Purchase Decisions.

**Keywords:** *Brand Image*, Purchase Decision

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan .....	5
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	5
1.4.1 Tujuan Penelitian.....	5
1.4.2 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Metodologi Penelitian .....	6
1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	6
1.5.2 Jenis dan Sumber Data.....	6
1.5.3 Teknik Pengumpulan Data.....	7
1.5.4 Populasi, Teknik Sampling dan Sampel .....	8

	<b>Halaman</b>
1.6 Hipotesis Penelitian .....	10
1.7 Definisi Operasional Variabel .....	10
1.8 Skala Pengukuran Variabel .....	12
1.8.1 Kerangka Berfikir .....	13
1.9 Metode Analisis Data .....	14
1.9.1 Metode Deskriptif Kuantitatif .....	14
1.9.2 Uji Instrumen .....	14
1.9.2.1 Uji Validitas .....	14
1.9.2.2 Uji Reliabilitas .....	14
1.9.3 Analisis Regresi Linier Sederhana .....	15
1.9.4 Uji Hipotesis .....	16
1.9.4.1 Uji Signifikan Parsial (Uji t) .....	16
1.9.4.2 Uji Koefisien Determinasi (Uji $R^2$ ) .....	16
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>17</b>
2.1 Pemasaran .....	17
2.2 <i>Brand Image</i> (Citra Merek) .....	17
2.2.1 Pengertian <i>Brand</i> (Merek) .....	17
2.2.2 Tujuan <i>Brand</i> (Merek) .....	18
2.2.3 Manfaat <i>Brand</i> (Merek) .....	19
2.2.4 Indikator <i>Brand Image</i> (Citra Merek) .....	20
2.3 Keputusan Pembelian .....	21
2.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	21
2.3.2 Proses Keputusan Pembelian .....	21
2.3.3 Indikator Keputusan Pembelian .....	23
<b>BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN .....</b>	<b>25</b>
3.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	25
3.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	26
3.2.1 Visi .....	26
3.2.2 Misi .....	26
3.3 Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas .....	26
3.3.1 Struktur Organisasi .....	26
3.3.2 Pembagian Tugas .....	27
3.4 Variasi Jilbab Umama Scarf .....	29
3.5 Profil Responden .....	31
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>33</b>
4.1 Deskripsi Variabel Penelitian .....	33
4.1.1 Persepsi Responden Mengenai <i>Brand Image</i> .....	34
4.1.1.1 Analisis Deskriptif <i>Brand Image</i> .....	41

	<b>Halaman</b>
4.1.2 Persepsi Responden Mengenai Keputusan Pembelian ...	43
4.1.2.1 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian .....	47
4.2 Uji Instrumen Penelitian .....	48
4.2.1 Uji Validitas .....	48
4.2.1 Uji Validitas 80 Responden .....	50
4.2.2 Uji Reliabilitas .....	52
4.3 Hasil Penelitian .....	53
4.3.1 Uji Signifikan Parsial (Uji t) .....	53
4.3.2 Uji Koefisien Determinasi .....	55
4.3.3 Analisis Regresi Linier Sederhana .....	56
4.4 Pembahasan .....	58
 <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	 <b>60</b>
5.1 Kesimpulan .....	60
5.2 Saran .....	60
 <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	 <b>62</b>
 <b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 Data Mahasiswi DIII Angkatan 2019-2021 Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya .....	3
Tabel 1.2 Tanggapan Responden PraSurvey .....	3
Tabel 1.3 Populasi Mahasiswi Angkatan 2019-2021 Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang Menggunakan Jilbab Umama Scarf .....	8
Tabel 1.4 Definisi Operasional .....	10
Tabel 1.5 Skala Likert .....	12
Tabel 1.6 Kriteria Capaian Jawaban Responden .....	13
Tabel 3.1 Data Responden Berdasarkan Semester Kuliah .....	31
Tabel 3.2 Data Responden Berdasarkan Uang Saku Perbulan .....	32
Tabel 4.1 Jawaban Responden tentang <i>Brand</i> (Merek) Jilbab Umama Scarf mudah diucapkan .....	34
Tabel 4.2 Jawaban Responden tentang <i>Brand</i> (Merek) Jilbab Umama Scarf mudah dikenali .....	35
Tabel 4.3 Jawaban Responden tentang <i>Brand</i> (Merek) Jilbab Umama Scarf mudah diingat .....	35
Tabel 4.4 Jawaban Responden tentang Jilbab Umama Scarf memiliki reputasi yang baik .....	36
Tabel 4.5 Jawaban Responden tentang Jilbab Umama Scarf membuat pengguna merasa nyaman .....	36
Tabel 4.6 Jawaban Responden tentang membeli Jilbab Umama Scarf karena membuat tampil lebih percaya diri .....	37
Tabel 4.7 Jawaban Responden tentang Jilbab Umama Scarf selalu mengutamakan kualitas.....	38

Tabel 4.8	Jawaban Responden tentang Jilbab Umama Scarf adalah Jilbab dengan harga yang terjangkau.....	38
Tabel 4.9	Jawaban Responden tentang membeli Jilbab Umama Scarf setelah melakukan perbandingan dengan Merek lain .....	39
Tabel 4.10	Jawaban Responden tentang bersedia berbagi cerita pengalaman menggunakan Jilbab Umama Scarf .....	40
Tabel 4.11	Jawaban Responden tentang akan menyarankan teman dan kerabat untuk menggunakan Jilbab Umama Scarf.....	40
Tabel 4.12	Jawaban Responden tentang tidak akan terpengaruh untuk membeli Jilbab Merek Lain .....	41
Tabel 4.13	Tabulasi Data TCR Variabel <i>Brand Image</i> .....	42
Tabel 4.14	Jawaban Responden tentang Jilbab Umama Scarf adalah Merek Jilbab pilihan pertama ketika ingin membeli Jilbab baru dibandingkan dengan Jilbab Merek Lain .....	43
Tabel 4.15	Jawaban Responden tentang Jilbab Umama Scarf banyak diminati oleh masyarakat .....	44
Tabel 4.16	Jawaban Responden tentang penjual Jilbab Umama Scarf tersebar luas sehingga memudahkan untuk melakukan pembelian .....	45
Tabel 4.17	Jawaban Responden tentang mengetahui Jilbab Umama Scarf melalui media sosial, teman, dan keluarga .....	45
Tabel 4.18	Jawaban Responden tentang pembelian Jilbab Umama Scarf bisa dilakukan kapan saja .....	46
Tabel 4.19	Jawaban Responden tentang membeli Jilbab Umama Scarf sesuai dengan kebutuhan .....	47
Tabel 4.20	Tabulasi Data TCR Variabel Keputusan Pembelian .....	48
Tabel 4.21	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i> (X) .....	49
Tabel 4.22	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	49
Tabel 4.23	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i> (X) .....	50
Tabel 4.24	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	51

Tabel 4.25 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Brand Image</i> (X).....	52
Tabel 4.26 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	53
Tabel 4.27 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t) .....	54
Tabel 4.28 Dasar Interpretasi Nilai R .....	55
Tabel 4.29 Ringkasan Model Penelitian .....	55
Tabel 4.30 Hasil Analisa Regresi Linier Sederhana .....	57



## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 1.1 Kerangka Berpikir .....	13
Gambar 3.1 LogoUmama Scarf.....	25
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	26
Gambar 3.3 Jilbab Umama Scarf Bahan Katun/ <i>Polycotton</i> .....	29
Gambar 3.4 Jilbab Umama Scarf Bahan <i>Voal Organic</i> .....	29
Gambar 3.5 Jilbab Umama Scarf Bahan <i>Voal Poplin</i> .....	30
Gambar 3.6 Jilbab Umama Scarf Bahan <i>Polyster</i> .....	30

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Surat Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
- Lampiran 2 Surat Tanda Persetujuan Proposal Laporan Akhir
- Lampiran 3 Lembar Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir
- Lampiran 4 Lembar Bimbingan Laporan Akhir
- Lampiran 5 Surat Permohonan Pengambilan Data
- Lampiran 6 Surat Balasan Wakil Direktur I
- Lampiran 7 Lembar Data Hasil PraSurvey
- Lampiran 8 Lembar Kuesioner Penelitian
- Lampiran 9 Lembar Rekapitulasi Jawaban 30 Responden
- Lampiran 10 Lembar Hasil Uji Validitas 30 Responden
- Lampiran 11 Lembar Rekapitulasi Jawaban 80 Responden
- Lampiran 12 Lembar Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
- Lampiran 13 Lembar Hasil Uji Regresi Linier Sederhana
- Lampiran 14 Lembar Tabel R dan Tabel T
- Lampiran 15 Lembar Revisi Laporan Akhir
- Lampiran 16 Lembar Tanda Persetujuan Revisi Laporan Akhir