

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(SURVEI PADA KONSUMEN ENAMDUA *COFFE AND EATERY*  
PALEMBANG)**



**LAPORAN AKHIR**

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

**OLEH:**

**AFIATNA SARI**

**NPM: 062030601478**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA  
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
PALEMBANG**

**2023**

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(SURVEI PADA KONSUMEN ENAMDUA *COFFE AND EATERY*  
PALEMBANG)**



**LAPORAN AKHIR**

**OLEH:**

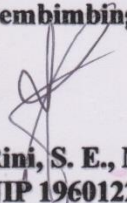
**AFIATNA SARI**

**NPM: 062930601478**

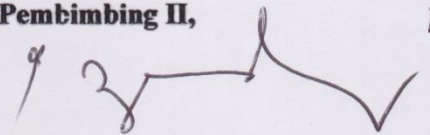
**Menyetujui,**

**Palembang, 22 Agustus 2023**

**Pembimbing I,**

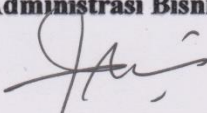
  
**Rini, S. E., M. AB.**  
**NIP 196012281990032002**

**Pembimbing II,**


  
**Dr. A. Jalaluddin Sayuti, S.E., M. Hum. Res. M.**  
**NIP 196095061989101001**

**Mengetahui,**

**Ketua Jurusan  
Administrasi Bisnis,**

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

**Koordinator Program Studi  
D. III Administrasi Bisnis,**

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

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Afiatna Sari  
NPM : 062030601478  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Admistasi Bisnis  
Mata Kuliah : Adm Pemasaran  
Judul Laporan Akhir : Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Enamdua *Coffe and Eatery*)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut di atas berserta isinya merupakan hasil penelian 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 saya buat dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak-pihak yag berkepentingan.

Palembang, 22 Agustus 2023



Afiatna Sari  
NPM 062030601478



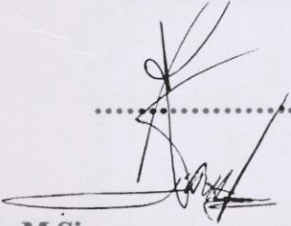
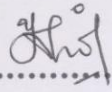
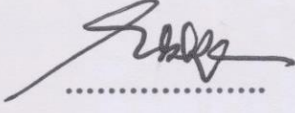
**LEMBAR PENGESAHAN**

**Nama** : Afiatna Sari  
**NPM** : 062030601478  
**Jurusan/Program Studi** : Administrasi Bisnis/Admistasi Bisnis  
**Mata Kuliah** : Adm Pemasaran  
**Judul Laporan Akhir** : Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Enamdua *Coffe and Eatery*)

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

**Pada Hari** : Selasa  
**Tanggal** : 22 Agustus 2023

**TIM PENGUJI**

<u>No.</u>	<u>Nama</u>	<u>Tanda Tangan</u>	<u>Tanggal</u>
1.	Rini, S.E., M. Ab Ketua Penguji	 .....	.....
2.	Dr. M.Syahirman Yusi, S.E., M.Si Anggota Penguji	.....	.....
3.	Elisa, S.E., M.Si Anggota Penguji	 .....	.....
4.	Munparidi, S.E., M.Si Anggota Penguji	 .....	.....

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

**Ketika kamu mengeluh atas apapun yang kamu hadapi maka, hanya dengan kesabaran dan ikhtiarlah yang mengantarkanmu pada sebuah penyelesaian  
(Penulis)**

### **Kupersembahkan Kepada:**

- **Mama Tercinta**
- **Alm. Bapak Tersayang**
- **Saudara-saudaraku**
- **Sahabat terbaik**
- **Almamater**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan hidayahnya dan memberi penulis kesempatan untuk menyelesaikan Laporan Akhir (LA) yang telah penulis buat ini. Laporan Akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk mengikuti Ujian Sidang Laporan Akhir di Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

Laporan Akhir ini berjudul “**Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Enamdua *Coffe and Eatery* Palembang)**”. Penulis tertarik melakukan penelitian ini karena pesatnya perkembangan *coffeeshouse* di Indonesia khususnya di Sumatera Selatan sehingga dapat secara langsung mengetahui bagaimana *coffeeshouse* ini dapat mempengaruhi keputusan pembelian salah satunya dengan variabel citra merek. Namun pada hasil penelitian ini indikator variabel citra merek tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini penulis banyak mendapatkan bantuan dan masukan berupa saran, dorongan serta bimbingan secara langsung dengan pembimbing dan pihak lainnya. Penulis sangat menyadari bahwa pada Laporan Akhir ini banyak terdapat kekurangan baik dalam penulisan, format maupun isi.

Akhir kata penulis harap Laporan Akhir ini akan memberi banyak manfaat serta motivasi dan bahan penelitian bagi para mahasiswa maupun pembaca.

Palembang, 29 Juli 2023

Penulis,

## UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penulisan Laporan Akhir ini, penulis banyak sekali mendapatkan dukungan, bantuan, pengarahan dan bimbingan dari berbagai pihak. Sehingga, pada kesempatan kali ini saya ingin berterimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ing. Ahmad Taqwa, M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Bapak Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB., CPMA., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Ibu Dr. Marieska Lupikawaty, S.E., M.M. selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Fetty Maretha, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
5. Ibu Rini., S.E., M.AB selaku Pembimbing I dalam penulisan Laporan Akhir ini.
6. Bapak Dr. A. Jalaluddin Sayuti, S.E., M. Hum. Res. M. selaku pembimbing II dalam penulisan Laporan Akhir ini.
7. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan Staf Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah memberikan ilmu, pengalaman dan pembelajaran selama penulis berkuliah.
8. Bapak Kukuh Angga selaku Manajer Keuangan di Enamdua *Coffe and Eatery* yang telah memberikan kepercayaan serta kesempatan bagi penulis untuk melakukan penelitian disini.
9. Kedua Orang Tua dan keluarga besar penulis yang telah memberikan dukungan baik secara moril dan material serta doa kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini dengan baik.
10. Terimakasih kepada ibu Yusnidarti, ibu Miskiah dan Bapak Nazaruddin S.H yang selalu memberikan bantuan baik moril dan material, doa, semangat,

dukungan serta kasih sayang yang tak ternilai kepada penulis selama penulis berkuliah.

11. Sahabat terbaik penulis Cahya Aprillia, Anggie Sastro Wardoyo, Rahmi Nur Annisa, Defina Friyansari, Kurniawan, M. Aminuddin dan Dwi Okta Veriana yang senantiasa memberikan dukungan serta hiburan kepada penulis dikala kehilangan motivasi.
12. Sahabat seperjuangan MPM-KM Polsri periode 2021-2022 yang telah mengisi waktu penulis dengan pengalaman dan pembelajaran dalam berorganisasi selama penulis berkuliah di Politeknik Negeri Sriwijaya.
13. Terimakasih kepada penulis untuk telah berjuang menyelesaikan Laporan Akhir ini dengan tepat waktu hingga mengikuti sidang.

Demikian yang dapat penulis sampaikan. Atas segala bantuan dari semua pihak penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya.

Palembang, 29 Juli 2023

Penulis,



## ABSTRAK

Citra merek merupakan sebuah kepercayaan, persepsi dan penglihatan bagaimana konsumen menilai suatu produk sehingga dapat memberikan memori positif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek yang terdiri dari indikator ketahanan (*tenacity*), kesesuaian (*congruence*), keseksamaan (*precision*), dan konotasi (*connotation*) terhadap keputusan pembelian pada Enamdua *coffe and eatery*. Penelitian ini menggunakan objek Enamdua *coffe and eatery*. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan teknik *purposive sampling*. Karakteristik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen Enamdua *coffe and eatery* yang berkunjung. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan regresi linear sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel independen citra merek tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen (keputusan pembelian)

*Kata Kunci: Citra, Merek, Keputusan, Pembelian, Enamdua*

## **ABSTRACT**

Brand image is a belief, perception and vision of how consumers evaluate a product so that it can provide positive memories. This study aims to determine the effect of brand image which consists of indicators of tenacity, congruence, precision, and connotation on purchasing decisions at Enamdua coffee and eatery. This study uses the object Enamdua coffee and eatery. This research uses a quantitative descriptive approach. The sampling technique used in this study was purposive sampling technique. The characteristics of the sample used in this study were the visiting Sixtwo coffee and eatery consumers. The analysis technique used in this research is descriptive analysis and simple linear regression. The results of this study indicate that the independent variable brand image has no positive and significant effect on the dependent variable (purchasing decision).

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

## DAFTAR ISI

### Halaman

<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 TERIMAKASIH.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Ruang Lingkup Penelitian .....	5
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Tujuan Penelitian.....	5
1.4.2 Manfaat Penelitian .....	5
1.5 Metode Penelitian .....	6
1.5.1 Pendekatan Penelitian.....	6
1.5.2 Jenis dan Sumber Data .....	7
1.5.3 Teknik Pengumpulan Data.....	7
1.5.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling .....	9
1.5.5 Definisi Operasional.....	11
1.5.6 Analisis Data.....	12
1.5.6.1 Metode Kuantitatif .....	12

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

2.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	20
2.1.1 Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen .....	20
2.2 Citra Merek .....	24
2.2.1 Pengertian Citra .....	24
2.2.2 Pengertian Merek .....	24
2.2.3 Pengertian Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ) .....	25
2.2.4 Dimensi Citra Merek .....	25
2.2.5 Faktor-faktor Citra Merek .....	26
2.2.6 Indikator Citra Merek .....	27
2.3 Keputusan Pembelian.....	31
2.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	31
2.3.2 Proses Keputusan Pembelian .....	31
2.3.3 Indikator Keputusan Pembelian .....	33

**BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN**

3.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	35
3.2 Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan .....	37
3.2.1 Visi Perusahaan .....	37
3.2.2 Misi Perusahaan .....	37
3.2.3 Tujuan Perusahaan .....	37
3.3 Struktur Organisasi Perusahaan .....	37
3.3.1 Struktur Organisasi Perusahaan .....	37
3.3.2 Pembagian Tugas .....	38
3.4 Aktivitas Perusahaan terkait dengan Topik .....	40
3.4.1 Karakteristik Responden .....	41
3.4.1.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	41
3.4.1.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia .....	41
3.4.1.3 Karakteristik Responden berdasarkan jumlah berkunjung .....	41

**BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1 Hasil Penelitian .....	43
4.1.1 Uji Instrumen .....	43
4.1.2 Uji Asumsi Klasik .....	46
4.1.3 Uji Hipotesis .....	50
4.2 Pembahasan .....	55
4.2.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	55

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	57
5.2 Saran .....	57

	<b>Halaman</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>58</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 Jumlah Data Pengunjung Enamdua ( <i>Coffe and Eatery</i> ).....	4
Tabel 1.2 Definisi Operasional.....	11
Tabel 1.3 Skala Likert .....	13
Tabel 3.2 karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	41
Tabel 3.3 karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	41
Table 3.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Berkunjung.....	42
Tabel 4.1 Tabel Uji Validitas Variabel Citra Merek .....	44
Tabel 4.2 Tabel Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	44
Tabel 4.3 Hasil Uji Reabilitas Variabel Citra Merek.....	45
Tabel 4.4 Hasil Uji Reabilitas Variabel Keputusan Pembelian .....	46
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas.....	48
Tabel 4.6 Tabel Interpretasi Koefisien Korelasi .....	52



## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 Lima Tahap Keputusan Pembelian .....	31
Gambar 3.1 Suasana Pengunjung Enamdua Th 2017 .....	35
Gambar 3.2 Lokasi Enamdua (Tampak Depan, Indoor, Outdoor) Th 2023....	36
Gambar 3.3 Struktur Organisasi Enamdua <i>Coffe and Eatery</i> .....	38
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas P-Plot .....	47
Gambar 4.2 Uji Heterokedastisitas.....	49
Gambar 4.3 Hasil Uji t (parsial).....	51
Gambar 4.4 Hasil Uji Koefisien Determinasi R <sup>2</sup> .....	52
Gambar 4.5 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana.....	53

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Surat Permohonan Pengambilan Data
2. Surat Pengantar Pengambilan Data
3. Surat Balasan Perusahaan
4. Lembar Kesepakatan Pembimbing
5. Lembar Bimbingan Laporan Akhir
6. Lembar Kunjungan Mahasiswa ke Perusahaan
7. Lembar Rekomendasi Ujian Laporan Akhir