

**PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK MINUMAN *FRANCHISE* CHATIME PADA REMAJA DI KOTA  
PALEMBANG**



**LAPORAN AKHIR**

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

**Oleh:**

**Rizqani Fariha**

**0615 3060 2201**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA**

**JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS**

**PALEMBANG**

**2018**

PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK MINUMAN *FRANCHISE* CHATIME PADA REMAJA DI KOTA  
PALEMBANG




LAPORAN AKHIR

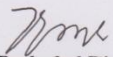
Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Menyelesaikan Pendidikan Diploma III  
Pada Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis  
Politeknik Negeri Sriwijaya

Oleh:  
Rizqani Fariha  
0615 3060 2201

Menyetujui,  
Pembimbing I,

  
Ummasyroh, S.E., M.Ed.M  
NIP 196106051989032002

Pembimbing II,

  
Deslochal Djumrianti, S.E., MIS., Ph.D  
NIP 196812061990032003

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Administrasi Bisnis

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

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rizqani Fariha  
NPM : 0615 3060 2201  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis  
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran  
Judul Laporan Akhir : Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman *Franchise* Chatime Pada Remaja di Kota Palembang

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 bukanlah plagiat/Salinan Laporan Akhir milik orang lain.
3. Apabila Laporan Akhir saya plagiat/salinan 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, 24 Juli 2018

Yang Membuat Pernyataan,



Rizqani Fariha  
061530602201


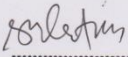
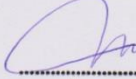

LEMBAR PENGESAHAN

Nama Mahasiswa : Rizqani Fariha  
NPM : 0615 3060 2201  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis  
Judul Laporan Akhir : Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan  
Pembelian Produk Minuman *Franchise*  
Chatime Pada Remaja di Kota Palembang

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Ujian Laporan Akhir  
Jurusan Administrasi Bisnis  
dan Dinyatakan LULUS

Pada Hari: Selasa  
Tanggal: 07 Agustus 2018

TIM PENGUJI

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Ummasyroh, S.E., M.Ed.M</u> Ketua	 .....	8/8 18
2.	<u>Dr. Sari Lestari Z. Ridho, S.E., M.Ec</u> Anggota	 .....	8/8 18
3.	<u>Divianto, S.E., M.M</u> Anggota	 .....	10/8 18
4.	<u>AL Husori, S.E., M.M</u> Anggota	 .....	13/8 18

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

**“Orang yang menuntut ilmu berarti menuntut rahmat : orang yang menuntut ilmu berarti menjalankan rukun Islam dan pahala yang diberikan kepadanya sama dengan para Nabi”**

**(H.R Dailani dari anas r.a)**

**"Orang-orang yang sukses telah belajar membuat diri mereka melakukan hal yang harus dikerjakan ketika hal itu memang harus dikerjakan, entah mereka menyukainya atau tidak."**

**(Aldus Huxley)**

**"Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah."**

**(Thomas Alva Edison)**

*Saya Persembahkan Untuk:*

- **Papa dan Mama Tercinta**
- **Mbak dan Adikku Tersayang**
- **Para Dosen Jurusan Administrasi  
Bisnis**
- **Sahabat dan teman-temanku**
- **Almamaterku**

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji serta syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya yang tak terhingga serta kemudahan dan kelancaran yang telah diberikan, sehingga Laporan Akhir dengan judul **“Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman *Franchise Chatime* Pada Remaja di Kota Palembang”** dapat terselesaikan. Laporan Akhir ini di ajukan untuk memnuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan studi di Politeknik Negeri Sriwijaya.

Laporan Akhir ini membahas tentang Pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian produk minuman *franchise chatime* pada remaja di Kota Palembang, dengan menggunakan metode kuantitatif dan kuesioner sebagai alat pengumpulan data dan variabel bebas yang meliputi Atribut Produk ( $X_1$ ), Keuntungan Konsumen ( $X_2$ ), dan Kepribadian Merek ( $X_3$ ).

Penulis menyadari bahwa Laporan Akhir ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan penulisan Laporan Akhir ini. Penulis juga berharap semoga Laporan Akhir ini dapat memberikan hal yang bermanfaat dan menambah wawasan bagi pembaca dan khususnya bagi penulis.

Palembang, Juni 2018

Penulis

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan, karena penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini tepat pada waktunya. Dalam penyusunan Laporan Akhir ini, penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan waktu, tenaga, dan pikiran. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua saya yang telah penuh kesabaran dan cintanya, terima kasih untuk semangat serta fasilitas yang telah diberikan. Do'a kalian selalu menyertai hidup saya.
2. Bapak Dr. Ing. Ahmad Taqwa, M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Bapak Dr. A. Jalaluddin Sayuti, S.E., M.Hum.Res.M., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Bapak Divianto, S.E., M.M., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
5. Ibu Ummasyroh, SE.,M.Ed.M selaku dosen pembimbing I yang telah membimbing dan mengarahkan dalam menyusun Laporan Akhir ini.
6. Ibu Desloehal Djumrianti, S.E., MIS.,Ph.D selaku dosen pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan dalam menyusun Laporan Akhir ini.
7. Seluruh Dosen dan Staff Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
8. Mbak dan Adik yang selalu mendoakan dan mendukung penulis dalam menuntut ilmu serta memberikan kasih sayangnya selama ini.
9. Noriba dan Putri yang telah memberikan dukungan untuk menyelesaikan Laporan Akhir ini.
10. Mira, Novika, Fitria, Nuraini dan Berli yang telah memberikan masukan dan dukungan dalam penyelesaian Laporan Akhir ini.
11. Seluruh teman-teman kelas 6 NF yang telah memberikan masukan-masukan dan dukungan dalam penyelesaian Laporan Akhir ini.

12. Seluruh teman-teman Politeknik Negeri Sriwijaya khususnya Jurusan Administrasi Bisnis Angkatan 2015.

13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan waktu, sumbangan pemikiran, dukungan serta semangat demi terselesainya Laporan Akhir ini.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih banyak pada semua pihak yang telah terlibat serta memberikan bantuan dan bimbingan kepada penulis, semoga Allah SWT memberikan balasan atas bantuan kalian semua, Amin ya robbal 'alamin. Semoga Laporan Akhir ini dapat memberikan manfaat kepada para pembaca.

Palembang, Juni 2018

Penulis



## ABSTRAK

Laporan ini berjudul “Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman *Franchise* Chatime Pada Remaja di Kota Palembang”. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian produk minuman *franchise* chatime pada remaja di Kota Palembang dan menganalisis faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian produk minuman *franchise* chatime pada remaja di Kota Palembang. populasi dalam penelitian ini adalah Remaja di Kota Palembang dan untuk menentukan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Roscoe maka didapat jumlah sampel sebanyak 40 orang. Teknik *sampling* yang digunakan adalah teknik *Non-Propability* sampling dengan metode *purposive sampling*. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:  $Y = 1,149 + 0,272X_1 + 0,093X_2 + 0,402X_3$ . Berdasarkan analisis data statistik indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel. Pada analisis regresi berganda variabel bebas yang paling dominan terhadap keputusan pembelian produk minuman *franchise* chatime yaitu Kepribadian Merek ( $X_3$ ) dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,402. Penelitian ini hanya membatasi pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian produk minuman *franchise* chatime pada remaja di Kota Palembang. Untuk peneliti selanjutnya disarankan melakukan penelitian dengan memasukan variabel lain diluar variabel Atribut Produk, Keuntungan Konsumen dan Kepribadian Merek sehingga dapat memberikan pengetahuan dibidang pemasaran.

**Kata Kunci:** *brand image, chatime, keputusan pembelian.*

## ABSTRACT

*The title of the report is “The Influence of Brand Image Against Purchasing Decision of Beverage Franchise Products Chatime to teenager in Palembang”. The purpose of this research is to find out how the influence of brand image to the buying decision of beverage franchise chatime product to young-adult people in Palembang and to analyze the most dominant factor in influencing the buying decision of drinking franchise product of chatime to young-adult in Palembang. Population in this study was young-adult people in Palembang and determine the sample was by using Roscoe method the samples of this research is 40 respondents. Sampling technique used is Non-Propability sampling technique with purposive sampling method. Based on the result of research, the regression equation is obtained as follows:  $Y = 1,149 + 0,272X1 + 0,093X2 + 0,402X3$ . Based on the statistical data analysis, the indicators in this research were valid and reliable. In the multiple regression analysis, the most dominant independent variables is Brand Personality (X3) with the regression coefficient of 0.402. This research only limits the the influence of brand image to the buying decision of beverage franchise chatime product in young people in Palembang City. For further research is suggested to do the research by entering other variable outside these; Product Attribute, Consumer Benefit, and Brand Personality so that it can give knowledge in marketing area.*

**Keywords:** *brand image, chatime, purchase decision.*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PERSETUJUAN LAPORAN AKHIR</b> .....	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR 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>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	4
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan .....	4
1.4 Tujuan dan Manfaat .....	4
1.4.1 Tujuan Penulisan .....	5
1.4.2 Manfaat Penulisan .....	5
1.5 Metodologi Penelitian .....	5
1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian .....	5
1.5.2 Jenis dan Sumber Data .....	6
1.5.3 Metode Pengumpulan Data .....	6
1.5.4 Populasi dan Sampel .....	7
1.6 Analisis Data .....	10
1.7 Pengujian Hipotesis.....	12
1.7.1 Uji Parsial (Uji T).....	12
1.7.2 Uji Simultan (Uji F) .....	13

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

2.1 <i>Brand</i> (Merek) .....	14
2.1.1 Pengertian <i>Brand</i> (Merek) .....	15
2.1.2 Syarat <i>Brand</i> (Merek) .....	16
2.1.3 Tujuan <i>Brand</i> (Merek) .....	16
2.1.4 Makna <i>Brand</i> (Merek) .....	16
2.2 <i>Brand Image</i> (Citra Merek) .....	16
2.2.1 Pengertian <i>Brand Image</i> (Citra Merek) .....	16
2.2.2 Tolak Ukur <i>Brand Image</i> (Citra Merek) .....	17
2.2.3 Indikator <i>Brand Image</i> (Citra Merek) .....	18
2.3 Keputusan Pembelian .....	19
2.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	19
2.3.2 Proses Keputusan Pembelian .....	19
2.3.3 Dimensi Keputusan Pembelian .....	21

## **BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN**

3.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	23
3.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	26
3.2.1 Visi Perusahaan.....	26
3.2.2 Misi Perusahaan .....	26
3.3 Struktur Organisasi .....	26
3.4 Uraian Tugas .....	27
3.5 Produk Minuman Chatime .....	27
3.6 Definisi Variabel .....	29
3.6 Profil Responden .....	30

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1 Uji Validitas .....	34
4.2 Uji Reliabilitas .....	37
4.3 Karakteristik Responden .....	42
4.4 Uji Hipotesis .....	43
4.4.1 Uji F .....	43
4.4.2 Uji T .....	45
4.5 Regresi Linier Berganda .....	49
4.6 Koefisien Berganda .....	51

4.7 Pembahasan .....	53
4.7.1 Bagaimana pengaruh variabel Atribut Produk terhadap keputusan pembelian produk minuman <i>franchise</i> chatime pada Remaja di Kota Palembang .....	52
4.7.2 Bagaimana pengaruh variabel Keuntungan Konsumen terhadap keputusan pembelian produk minuman <i>franchise</i> chatime pada Remaja di Kota Palembang .....	53
4.7.3 Bagaimana pengaruh variabel Kepribadian Merek terhadap keputusan pembelian produk minuman <i>franchise</i> chatime pada Remaja di Kota Palembang .....	54
4.7.4 Variabel manakah yang paling berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk minuman <i>franchise</i> chatime pada Remaja di Kota Palembang .....	55
<b>BAB V PENUTUP</b>	
4.1 Kesimpulan .....	56
4.2 Saran .....	56

## DAFTAR TABEL

- Tabel 1.1 Top Brand Award Kategori *Bubble Drink*
- Tabel 1.2 Jumlah Populasi Remaja di Kota Palembang
- Tabel 1.3 Skala Likert
- Tabel 3.1 Definisi Variabel
- Tabel 3.2 Responden Berdasarkan Umur
- Tabel 3.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
- Tabel 3.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan
- Tabel 3.5 Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian
- Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel  $X_1$  (Atribut Produk)
- Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel  $X_2$  (Keuntungan Konsumen)
- Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel  $X_3$  (Kepribadian Merek)
- Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)
- Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel  $X_1$  (Atribut Produk)
- Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel  $X_2$  (Keuntungan Konsumen)
- Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel  $X_3$  (Kepribadian Merek)
- Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)
- Tabel 4.9 Hasil Uji F (Uji Simultan)
- Tabel 4.10 Hasil Uji T (Uji Parsial)
- Tabel 4.11 Koefisien Regresi
- Tabel 4.12 Model Summary

## **DAFTAR GAMBAR**

- Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian
- Gambar 3.1 Penghargaan dan Sertifikat Resmi
- Gambar 3.2 Logo Chatime
- Gambar 3.3 Struktur Organisasi Chatime
- Gambar 3.4 Daftar Menu Chatime

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Lembar Rekomendasi Ujian Laporan Akhir (LA)
- Lampiran 2 Lembar Kesepakatan Bimbingan Pembimbing I
- Lampiran 3 Lembar Kesepakatan Bimbingan Pembimbing II
- Lampiran 4 Lembar Konsultasi Bimbingan I
- Lampiran 5 Lembar Konsultasi Bimbingan II
- Lampiran 6 Lembar Revisi Laporan Akhir (LA)
- Lampiran 7 Lembar Persetujuan Revisi Laporan Akhir (LA)
- Lampiran 8 Kuesioner
- Lampiran 9 Hasil Perhitungan SPSS