

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
TEH SIAP MINUM DALAM KEMASAN MEREK TEH BOTOL SOSRO  
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA)**



**LAPORAN AKHIR**

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

**Oleh:**

**INDAH KURNIATI  
0611 3060 0466**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA  
PALEMBANG  
2014**

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
TEH SIAP MINUM DALAM KEMASAN MEREK TEH BOTOL SOSRO  
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA)**



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

**Oleh:**

**INDAH KURNIATI  
0611 3060 0466**

**Menyetujui,**

**Pembimbing I,**

**Yusleli Herawati, S.E., M.M.  
NIP 196005071983112001**

**Pembimbing II,**

**Neneng Miskiyah, S.E., M.Si.  
NIP 197312281996032002**

**Mengetahui,  
Ketua Jurusan Administrasi Bisnis**

**Hendra Sastrawinata, S.E., M.M.  
NIP 197208182003121002**



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA  
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS**

Jalan Srijaya Negara, PALEMBANG 30139  
Telp. 0711-353414 Fax. 0711-355918 website: <http://www.polisriwijaya.ac.id>  
E-mail: info@polisriwijaya.ac.id

**SURAT PERNYATAAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indah Kurniati  
NIM : 0611 3060 0466  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis  
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran  
Judul Laporan Akhir : Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan 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 ini bukanlah plagiat/menyalin laporan akhir milik orang lain.
3. Apabila laporan akhir saya plagiat/menyalin laporan milik orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan laporan akhir beserta konsekuensinya.

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

Palembang, Juni 2014  
Yang membuat pernyataan



*Indah Kurniati*  
Indah Kurniati  
NIM 0611 3060 0466

## LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Indah Kurniati  
NIM : 0611 3060 0466  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis  
Judul Laporan Akhir : Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya)

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

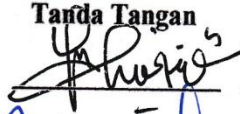
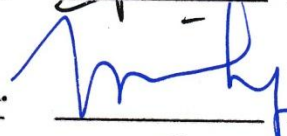
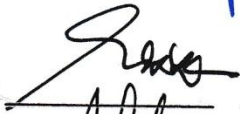
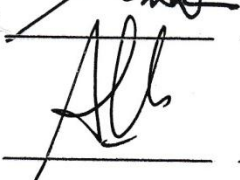
Pada hari:

Selasa

Tanggal:

15 Juli 2014

### TIM PENGUJI

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Yusleli Herawati, S.E., M.M.</u> Ketua		<u>13/8/14</u>
2.	<u>Markoni Badri, S.E., M.B.A.</u> Anggota		<u>11/8/14</u>
3.	<u>Munfaridi Zamhari, S.E., M.Si.</u> Anggota		<u>13/8/14.</u>
4.	<u>Alhushori, S.E., M.AB.</u> Anggota		<u>13/8/14</u>

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*“Cukuplah bagi kami Allah, menjadi Tuhan kami dan Dialah sebaik-baik wakil (yang membereskan semua urusan)”.*

*(QS. Ali Imran: 173)*

*“Tidak ada keberhasilan yang lebih indah selain melihat kedua orang tuaku tersenyum bahagia atas kesuksesan yang aku raih”.*

*(Penulis)*

*Kupersembahkan Untuk:*

- ❖ Ibu dan Ayah Tercinta*
- ❖ Kakak-kakak*  
*Perempuanku Tersayang*
- ❖ Sahabat-sahabat*  
*Seperjuangan Kelas 6 NA*
- ❖ Almamater Kebanggaanku*

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT karena atas berkah dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini dengan judul **“Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya”**.

Adapun tujuan dari penyusunan Laporan Akhir ini adalah untuk menyelesaikan program pendidikan Diploma III pada Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang. Laporan Akhir ini membahas mengenai pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian teh siap minum dalam kemasan merek Teh Botol Sosro dan variabel mana yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian teh siap minum dalam kemasan merek Teh Botol Sosro pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Polri.

Penulis menyadari bahwa Laporan Akhir ini masih banyak terdapat kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan baik dari segi penulisan, penyajian maupun pembahasannya. Hal ini dikarenakan masih ada keterbatasan kemampuan dan ilmu yang penulis miliki. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi perbaikan di masa yang akan datang dan pembaca dapat memaklumi apabila ditemukan kesalahan.

Akhir kata penulis banyak mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang turut membantu dalam penyelesaian Laporan Akhir ini dan penulis mengharapkan semoga Laporan Akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang berkepentingan.

Palembang, Juni 2014

Penulis

## UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penyusunan Laporan Akhir ini penulis banyak mendapatkan bantuan, bimbingan, dorongan, masukan yang positif, semangat serta petunjuk dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak RD. Kusumanto, S.T., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
2. Bapak Hendra Sastrawinata, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
3. Bapak Heri Setiawan, S.E., M.AB., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
4. Ibu Yusleli Herawati, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak membantu memberikan bimbingan, pengarahan, dorongan, saran dan kritik selama penulisan Laporan Akhir ini.
5. Ibu Neneng Miskiyah, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak membantu memberikan bimbingan, pengarahan, dorongan, saran dan kritik selama penulisan Laporan Akhir ini.
6. Bapak dan Ibu dosen pengajar dan staf karyawan Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang yang telah banyak memberikan ilmu, motivasi, serta bimbingan selama masa perkuliahan.
7. Kedua Orang tuaku, Ibu dan Ayah tercinta yang selalu memberikan doa dan dukungan baik berupa moril maupun materil selama penulisan Laporan Akhir ini.
8. Saudara-saudaraku, Cek Rika dan Cek Irma yang juga telah memberikan dukungan baik moril maupun materil selama penulisan Laporan Akhir ini.
9. Sahabat-sahabatku tersayang, Aliyah Maulida, Genovida Anggita, Selvia Riani, Rahma Octavia, Dina Rohmawati, Citra Pratiwi terima kasih telah memberi warna indah selama masa perkuliahan ini. Semoga kita semua sukses.

10. Kakak yang telah memberikan semangat, bantuan, saran dan masukan bagi penulis selama menyelesaikan Laporan Akhir ini.
11. Teman-teman seperjuangan di kelas 6 NA yang telah memberikan semangat, saran, masukan dan terima kasih telah memberi warna indah selama masa perkuliahan ini. Semoga kita semua sukses.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penulisan Laporan Akhir ini.

Akhir kata penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu dalam penyusunan Laporan Akhir ini. Semoga segala bantuan mendapatkan balasan dari Allah SWT, Aamiin.

Palembang, Juni 2014

Penulis



## ABSTRACT

The purpose of this final report are to know and to analyze the influence of the brand image consist of attributes, values, culture, and user to purchasing decisions tea of bottle Sosro brand and to know the most dominant variables which influence purchasing decisions tea of bottle Sosro brand on Student at Business Administration State Polytechnic of Sriwijaya. The population in this research is Student at Business Administration State Polytechnic of Sriwijaya. The analysis technique used by the researcher was the doubled-linear regression with program SPSS (Statistic Product and Service Solution) version 11,5. The research shows that coefficient determination is 0,421. It means that variable independent (attributes, values, culture and user) influencing purchasing decisions of tea bottle Sosro brand on Student of Business Administration State Polytechnic of Sriwijaya is 42,1 percent and 57,9 percent influence by another variables that were not analyzed in this research. Result of F test is 42,336 with significant level  $0,000 < 0,05$ . The result of the partial test (t test) for culture and user had influence and significant influence to the purchasing decisions, so the variables do not have a significant influence are attributes and values. The variables is the most dominant influenced of purchasing decisions of tea bottle Sosro brand is the values. Based on the results of study, the writer give suggestions that companies can maintain variables of value of brand image for increase the purchasing decisions of tea bottle Sosro.

*Keywords: Attributes, Brand Image, Culture, Purchasing Decisions, User, Values*

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</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>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</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 .....	4
1.4 Tujuan dan Manfaat .....	5
1.4.1 Tujuan Penelitian .....	5
1.4.2 Manfaat Penelitian .....	5
1.5 Metodologi Penelitian .....	5
1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian .....	6
1.5.2 Jenis dan Sumber Data .....	6
1.5.3 Teknik Pengumpulan Data .....	6
1.5.4 Populasi dan Sampel .....	7
1.6 Analisis Data.....	10

1.6.1 Metode Kualitatif .....	10
1.6.2 Metode Kuantitatif .....	10
1.6.2.1 Variabel Penelitian .....	11
1.6.2.2 Skala Pengukuran.....	13
1.6.2.3 Uji Validitas .....	13
1.6.2.4 Uji Reliabilitas .....	14
1.7 Sistematika Penulisan .....	14
<b>BAB II    TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Citra Merek.....	18
2.1.1 Pengertian Citra Merek.....	18
2.1.2 Tujuan Merek.....	18
2.1.3 Makna dan Tipe Merek .....	19
2.1.4 Manfaat Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ) .....	20
2.1.5 Karakteristik Merek.....	21
2.2 Keputusan Pembelian.....	21
2.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	21
2.2.2 Peran dalam Pembelian .....	22
2.2.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	22
2.2.4 Tahap-tahap Proses Keputusan Pembelian.....	23
2.2.5 Jenis-jenis Perilaku Keputusan Pembelian .....	24
2.2.6 Tingkat Pengambilan Keputusan .....	26
<b>BAB III    KEADAAN UMUM PERUSAHAAN</b>	
3.1 Sejarah Singkat PT Sinar Sosro.....	27
3.2 Visi dan Misi PT Sinar Sosro .....	28
3.2.1 Visi.....	28
3.2.2 Misi .....	28
3.3 Sejarah Singkat Jurusan Administrasi Bisnis .....	29
3.4 Visi, Misi dan Tujuan Jurusan Administrasi Bisnis .....	31
3.4.1 Visi.....	31
3.4.2 Misi .....	31
3.4.3 Tujuan .....	31
3.5 Profil Responden.....	31
<b>BAB IV    HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	37
4.1.1 Hasil Uji Validitas.....	38
4.1.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	41
4.2 Analisis Deskriptif .....	42

4.2.1 Variabel Atribut ( $X_1$ ).....	43
4.2.2 Variabel Manfaat ( $X_2$ ).....	44
4.2.3 Variabel Nilai ( $X_3$ ).....	46
4.2.4 Variabel Budaya ( $X_4$ ).....	47
4.2.5 Variabel Kepribadian ( $X_5$ ).....	48
4.2.6 Variabel Pemakai ( $X_6$ ).....	49
4.2.7 Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	50
4.3 Analisis Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Polsri .....	51
4.3.1 Analisis Regresi Berganda.....	51
4.3.2 Uji F (Uji Secara Bersama-Sama).....	53
4.3.3 Uji t (Uji Secara Parsial).....	54
4.4 Variabel yang Paling Dominan Mempengaruhi Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Polsri .....	60

## **BAB V KESIMPULAN**

5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Saran.....	65

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 Jumlah Mahasiswa D-III Jurusan Administrasi Bisnis Tahun 2014 .....	9
Tabel 1.2 Variabel Penelitian dan Indikator .....	12
Tabel 1.3 Skala Likert.....	13
Tabel 3.1 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Semester .....	32
Tabel 3.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	32
Tabel 3.3 Hasil Kuesioner Variabel Atribut ( $X_1$ ).....	33
Tabel 3.4 Hasil Kuesioner Variabel Manfaat ( $X_2$ ).....	33
Tabel 3.5 Hasil Kuesioner Variabel Nilai ( $X_3$ ) .....	34
Tabel 3.6 Hasil Kuesioner Variabel Budaya ( $X_4$ ) .....	34
Tabel 3.7 Hasil Kuesioner Variabel Kepribadian ( $X_5$ ).....	35
Tabel 3.8 Hasil Kuesioner Variabel Pemakai ( $X_6$ ).....	35
Tabel 3.9 Hasil Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	36
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Citra Merek (X).....	39
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	40
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek (X) dan Keputusan Pembelian (Y).....	41
Tabel 4.4 Dasar Interpretasi Skor Item dalam Variabel Penelitian .....	43
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Item-Item Variabel Atribut ( $X_1$ ).....	44
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Item-Item Variabel Manfaat ( $X_2$ ).....	45
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Item-Item Variabel Nilai ( $X_3$ ) .....	46
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Item-Item Variabel	

	Budaya ( $X_4$ ) .....	47
Tabel 4.9	Distribusi Frekuensi Item-Item Variabel	
	Kepribadian ( $X_5$ ).....	48
Tabel 4.10	Distribusi Frekuensi Item-Item	
	Variabel Pemakai ( $X_6$ ) .....	49
Tabel 4.11	Distribusi Frekuensi Item-Item Variabel	
	Keputusan Pembelian (Y).....	50
Tabel 4.12	Model Summary.....	52
Tabel 4.13	ANOVA.....	53
Tabel 4.14	Coefficients.....	55

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran .....	12
Gambar 2.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen .....	23
Gambar 2.2 Proses Keputusan Pembeli .....	23
Gambar 2.3 Empat Tipe Perilaku Pembelian .....	24

## DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Izin Pengambilan Data
2. Surat Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir
3. Lembar Konsultasi Laporan Akhir
4. Lembar Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
5. Revisi Ujian Laporan Akhir
6. Pelaksanaan Revisi Ujian Laporan Akhir
7. Kuesioner
8. Hasil Jawaban Kuesioner
9. *Output SPSS*