

**PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MINUMAN STARBUCKS PALEMBANG ICON MALL PADA ANAK
MUDA DI KOTA PALEMBANG**



LAPORAN AKHIR

**Disusun untuk memenuhi syarat menyelesaikan pendidikan Diploma III
pada Jurusan Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

Disusun Oleh:

**Annisya Karina
0616 3060 1152**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PALEMBANG
2019**

**PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MINUMAN STARBUCKS PALEMBANG ICON MALL PADA ANAK
MUDA KOTA PALEMBANG**



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

Oleh:

**Annisya Karina
NPM 0616 3060 1152**

Menyetujui,

Pembimbing I,

**Pridson Mandiangan, S.E., M.M.
NIP 195803021989101001**

Pembimbing II,

**Dewi Fadila, S.E., M.M.
NIP 197504212001122001**

**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 : Annisya Karina
NPM : 0616 3060 1152
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Starbucks Palembang Icon Mall Pada Anak Muda 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/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, Juli 2019

Yang Membuat Pernyataan



Annisya Karina

NPM 061630601152

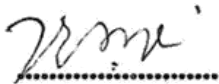
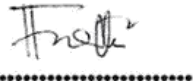
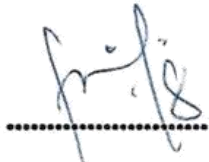
LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Annisya Karina
NPM : 0616 3060 1152
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Starbucks Palembang Icon Mall Pada Anak Muda Kota Palembang

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

Pada Hari: Jum'at
Tanggal: 02 Agustus 2019

TIM PENGUJI

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Deslochal Djumrianti, S.E., MIS., Ph.D.</u> Ketua		19-8-2019
2.	<u>Dr. Dewi Fadila, S.E., M.M</u> Anggota		16-8-2019
3.	<u>Fetty Mareta, S.E., M.M</u> Anggota		8-8-2019

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

“Angin tidak berhembus untuk menggoyangkan pepohonan, melainkan menguji kekuatan akarnya.” - Ali bin Abi Thalib

“Kesuksesan adalah kemampuan untuk beranjak dari suatu kegagalan ke kegagalan yang lain tanpa kehilangan untuk berhasil” - Winston Churchill

Saya Persembahkan Untuk:

- *Orang Tuaku Tercinta*
- *Saudaraku Tersayang*
- *Dosen Yang Kubanggakan*
- *Teman Seperjuangan*
- *Almamaterku*

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah kepada Allah S.W.T karena berkat rahmat dan pertolongan-Nya Laporan Akhir yang berjudul **Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Starbucks Palembang Icon Mall Pada Anak Muda Kota Palembang** dapat diselesaikan. Laporan Akhir ini sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan Diploma III pada Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya.

Laporan ini membahas tentang Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian minuman Starbucks Palembang Icon Mall pada Anak Muda Kota Palembang, dengan menggunakan metode kuantitatif dan kuesioner sebagai alat pengumpulan data dan variabel bebabs yang meliputi Atribut Produk (X₁), Keuntungan Konsumen (X₂) dan Kepribadian Merek (X₃).

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dari laporan ini, baik dari materi maupun teknik penyajiannya, mengingat kurangnya pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan.

Palembang, Juli 2019

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini. Dalam penulisan Laporan Akhir ini pula, penulis banyak mendapat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ing. Ahmad Taqwa, M.T. selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Bapak Dr. A. Jalaludin Sayuti, S.E., M.Hum., Res.M selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis.
3. Bapak Dr. Sari Lestari Z. Ridho, S.E., M.Ec. selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis.
4. Bapak Pridson Mandiangan, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
5. Ibu Dewi Fadila, S.E, M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
6. Bapak Zainal Amri selaku Supervisor Starbucks Palembang Icon Mall.
7. Seluruh karyawan Starbucks Palembang Icon Mall.
8. Seluruh Dosen dan segenap karyawan/i Politeknik Negeri Sriwijaya Jurusan Administrasi Bisnis.
9. Orang tua penulis yang selalu memberikan do'a, dukungan dan motivasi untuk menyelesaikan Laporan Akhir ini (Mama Naya dan Bapak Syamsul)
10. Saudara dan keluarga yang telah memberikan dukungan dan semangat serta membantu dalam penyusunan laporan ini (Ririn, Dwi Salsa, Dwi Rohma, Iqbal dan Pitbul)
11. Teman-teman seperjuangan keluarga besar 6NE yang telah banyak membantu dan memberikan semangat serta motivasi dalam pembuatan laporan ini.

12. Teman-teman seperjuangan yang telah menjadi tempat berbagi, berkeluh kesah dan membantu penulis dalam membantu penulis menyelesaikan laporan ini (Fani, Wheni, Alliya dan Mei)
13. Teman sebangku yang selalu menemani dan membantu dalam pembuatan laporan (Wheni Welandi)
14. Teman-teman dan semua pihak yang telah membantu penulis hingga terselesaikannya laporan ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Atas segala bantuan Bapak-bapak, Ibu-ibu dan Saudara-saudara dengan ini penulis mengucapkan terima kasih dan semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dan ketidaksempurnaan dalam penulisan laporan akhir ini. Penulis mengharapkan saran dan kritik untuk memperbaiki Laporan Akhir ini supaya menjadi lebih baik di masa yang akan datang.

Palembang, Juli 2019

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian produk minuman Starbucks 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 di dapat jumlah sampel sebanyak 40 orang. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik Non-Probability sampling dengan metode purposive sampling. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 5,485 + 0,242X_1 + 0,368X_2 + 0,240X_3$. 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 Starbucks pada Remaja di Kota Palembang yaitu Keuntungan Konsumen (X_2) dengan nilai koefisiensi regresi sebesar **0,368**. Penelitian ini hanya membatasi pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian produk minuman Starbucks 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, Citra Merek, Atribut Produk, Keuntungan Konsumen, Kepribadian Merek

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out how the influence of brand image to the buying decision of beverage Starbucks product to young-adult people in Palembang and to analyze the most dominant factor in influencing the buying decision of drinking product of Starbucks 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 Non-Probability sampling technique with purposive sampling method. Based on the result of research, the regression equation is obtained as follows: $Y = 5,485 + 0,242X_1 + 0,368X_2 + 0,240X_3$. Based on the statistical data analysis, the indicators in this research were valid and reliable. In this multiple regression analysis, the most dominant independent variables is Consumer Benefits (X_2) with the regression coefficient of 0,368. This research only limits the influence of brand image to the buying decision of beverage Starbucks Product in young people in Palembang city. For further research is suggested to 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, Attribute Products, consumer Benefits, Brand Personality.*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan	4
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Tujuan Penelitian	4
1.4.2 Manfaat Penelitian	4
1.5 Metodologi Penelitian	5
1.5.1 Ruang Lingkup Pembahasan	5
1.5.2 Jenis dan Sumber Data	5
1.5.3 Teknik Pengumpulan Data	5
1.5.4 Populasi dan Sampel	
1.6 Analisa Data	9
1.7 Pengujian Hipotesis	11
1.7.1 Uji Parsial (Uji T)	11
1.7.2 Uji Simultan (Uji F)	12

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 <i>Brand</i>	13
2.1.2 Pengertian Brand (Merek)	13
2.1.2 Syarat Merek	14
2.1.3 Tujuan Merek	14
2.1.4 Makna Merek	14
2.2 <i>Brand Image</i> (Citra Merek)	15
2.2.1 Pengertian <i>Brand Image</i> (Citra Merek)	15
2.2.2 Tolak Ukur <i>Brand Image</i> (Citra Merek)	16
2.2.3 Indikator <i>Brand Image</i> (Citra Merek)	16
2.3 Keputusan Pembelian	17
2.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian	17
2.3.2 Proses Keputusan Pembelian	18
2.3.3 Dimensi Keputusan Pembelian	20

BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 Sejarah Singkat Perusahaan	22
3.2 Visi dan Misi Perusahaan	23
3.2.1 Visi	23
3.2.2 Misi	24
3.3 5 Prinsip Dasar Starbucks <i>Experience</i>	24
3.4 Logo dan Arti Perusahaan	26
3.5 Struktur Organisasi	27
3.5.1 <i>Job Description</i>	28
3.6 Produk Starbucks Coffee	29
3.7 Definisi Variabel	31
3.8 Profil Responden	32

BAB IV PEMBAHASAN

4.1 Uji Validitas	35
4.2 Uji Reabilitas	39
4.4 Uji Hipotesis	41
4.4.1 Uji F	41
4.4.2 Uji T	43
4.5 Regresi Linier Berganda	47
4.6 Koefisien Berganda	49
4.7 Pembahasan	50
4.7.1 Pengaruh X ₁ Terhadap Y	50

4.7.2 Pengaruh X ₂ Terhadap Y	51
4.7.3 Pengaruh X ₃ Terhadap Y	52
4.7.4 Variabel Dominan	53

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	54
5.2 Saran	54

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Top Brand Award Kategori Cafe Coffe	2
Tabel 1.2 Populasi Anak Muda di Kota Palembang	7
Tabel 1.3 Skala Likert	10
Tabel 3.1 Definisi Variabel	31
Tabel 3.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	32
Tabel 3.3 Responden Berdasarkan Umur	33
Tabel 3.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan	33
Tabel 3.5 Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	34
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Atribut Produk (X1)	36
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Keuntungan Konsumen (X2)	36
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Kepribadian Merek (X3)	37
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	38
Tabel 4.5 Hasil Uji Reabilitas Atribut Produk (X1)	39
Tabel 4.6 Hasil Uji Reabilitas Keuntungan Konsumen (X2)	40
Tabel 4.7 Hasil Uji Reabilitas Kepribadian Merek (X3)	40
Tabel 4.8 Hasil Uji Reabilitas Keputusan Pembelian (Y)	40
Tabel 4.9 Hasil Uji F (Simultan)	42
Tabel 4.10 Hasil Uji T (Parsial)	43
Tabel 4.11 Koefisiensi Regresi	47
Tabel 4.12 Koefisiensi Berganda	49

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian	19
Gambar 3.1 Logo Starbucks Coffee	26
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Starbucks cabang PI Mall	27
Gambar 3.3 Menu Minuman Starbucks	29

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Permohonan Pengantar Pengambilan Data
- Lampiran 2 Surat Izin Pengambilan Data
- Lampiran 3 Surat Balasan dari Starbucks Palembang Icon Mall
- Lampiran 4 Surat Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir
- Lampiran 5 Lembar Bimbingan Laporan Akhir
- Lampiran 6 Kartu Kunjungan Mahasiswa ke Perusahaan
- Lampiran 7 Lembar Rekomendasi
- Lampiran 8 Hasil Kuesioner