REPUTASI DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

(AHASS HONDA PRIMA JAYA ABADI SEMARANG)

Skripsi
Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Disusun Oleh :

Evelyn Jane Charista

Nim : 30401411229

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG

FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SEMARANG

2018

Halaman Pengesahan

Skripsi

PENGARUH REPUTASI DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

(AHASS HONDA PRIMA JAYA ABADI SEMARANG)

Disusun Oleh

Evelyn Jane Charista

Nim : 30401411229

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya
dapat diajukan ke hadapan sidang panitia ujian skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang , 11 April 2018

Dosen Pembimbing

Drs.H.Noor Kholis, MM

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH REPUTASI DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (AHASS HONDA PRIMA JAYA ABADI SEMARANG)

Disusun Oleh :

Evelyn Jane Charista

Nim : 30401411229

Telah dipertahankan di depan penguji
pada tanggal April 2018

Susunan Dewan Penguji :

Dosen Pembimbing

Drs.H.Noor Kholis, MM

Penguji I

Dr. Lutfi Nurcholis , ST, SE, MM

Penguji II

Prof. Dr. Widodo , SE, Msi

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Tanggal 11 April 2018

Dr. H. Ardian Adhiatma, SE,MM

Ketua Program Studi Manajemen

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Evelyn Jane Charista

Nim : 30401411229

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul **"PENGARUH REPUTASI DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (AHASS HONDA PRIMA JAYA ABADI SEMARANG)"** dan diajukan untuk diuji pada tanggal April 2018, adalah hasil saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara mengambil atau meniru kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pemikiran dari penulis lain yang saya akui seolah - olah sebagai tulisan saya salin, tiru atau saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Saya bersedia menarik Skripsi yang saya ajukan, apabila terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain yang seolah – olah tulisan sendiri. Dan saya bersedia bila gelar dan ijasah yang diberikan oleh Universitas dibatalkan.

Semarang April 2018

Dosen Pembimbing

Drs.H.Noor Kholis, MM

Yang memberi Pernyataan

Evelyn Jane Charista

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: Evelyn Jane Charista
NIM	: 30401411229
Program Studi	: S1 Manajemen
Fakultas	: Ekonomi
Alamat Asal	: Jl. Sedompyong 2 No 6 RT 01 RW 10
No HP/Email	: 085937649725 / evelyncharista97@gmail.com

Dengan ini menyatakan karya ilmiah berupa Skripsi dengan Judul :

PENGARUH REPUTASI DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MNAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (AHASS HONDA PRIMA JAYA ABADI SEMARANG).

Dan menyetujuinya menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalty Non-Eksklusif untuk disimpan, dialih mediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan di publikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

Penyataan ini saya buat dengan sungguh – sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran hak cipta / plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya langsung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Fakultas Ekonomi.

Semarang , 11 Juli 2018
Yang Menyatakan

Evelyn Jane Charista
NIM 30401411229

ABSTRAKSI

PENGARUH REPUTASI DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (AHASS HONDA PRIMA JAYA ABADI SEMARANG)

Semakin ketatnya persaingan penjualan sepeda motor di Semarang saat ini, membuat perusahaan selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi kebutuhan konsumen dengan cara memiliki *reputasi* yang baik , mempertahankan *citra merek* suatu perusahaan dan menciptakan *minat beli* untuk menarik konsumen maka terbentuklah *keputusan pembelian.* Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh reputasi dan citra merek terhadap keputusan pembelian melalui minat beli.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Konsumen AHASS Honda Prima Jaya Abadi Semarang. Yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel adalah purposive sampling. Alat analisis yang digunakan regresi berganda dan pengujian hipotesis.

Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan ; (1) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *reputasi* terhadap *minat beli*, (2) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *citra merek* terhadap *minat beli*, (3) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *reputasi* terhadap *keputusan pembelian*, (4) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *citra merek* terhadap *keputusan pembelian*, (5) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *citra merek* terhadap *reputasi*, (6) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *minat beli* terhadap *keputusan pembelian.*

Kata kunci: reputasi, citra merek, minat beli, keputusan pembelian

ABSTRACT

PENGARUH REPUTASI DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (AHASS HONDA PRIMA JAYA ABADI SEMARANG)

The increasingly tight competition of motorcycle sales in Semarang today, making the company always pay attention to the needs and desires of consumers and trying to meet the needs of consumers by having a good reputation, maintaining a company's brand image and create interest in buying to attract consumers then formed the purchase decision. This study aims to determine and analyze the influence of reputation and brand image on purchasing decisions through buying interest.

Population in this research is all Consumer of AHASS Honda Prima Jaya Abadi Semarang. The numbers are not known for certain. The number of samples used in this study as many as 100 respondents. The sampling technique is purposive sampling. Analyzer used multiple regression and hypothesis testing.

Based on the results of data analysis can be concluded; (1) There is a positive and significant influence between the reputation of buying interest, (2) There is a positive and significant influence between the brand image on buying interest, (3) There is a positive and significant influence between reputation on purchasing decision, (4) positive and significant influence between brand image and purchasing decisions, (5) There is a positive and significant influence between the brand image on reputation, (6) There is a positive and significant influence between buying interest on purchasing decision.

Keywords: reputation, brand image, buying interest, purchase decision

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh reputasi dan citra merek terhadap keputusan pembelian melalui minat beli. Reputasi adalah gambaran baik atau buruknya suatu perusahaan yang didasari dalam benak seseorang. Citra merek adalah sebuah logo atau nama perusahaan dimana nama tersebut menjadi bahan untuk dikenalkan kepada para konsumen. Minat beli merupakan suatu kecenderungan seseorang untuk membeli sebuah produk serta beberapa banyak yang akan dibutuhkan dalam waktu tertentu. Keputusan pembelian merupakan tidakan konsumen untuk memilih dan membeli suatu barang atau jasa. Berdasarkan pada kajian teori yang mendalam dan kritis, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah "Bagaimana meningkatkan keputusan pembelian melalui minat beli di AHASS Honda Prima Jaya Abadi". Sedangkan pertanyaan penelitian ini adalah (a) Bagaimana pengaruh reputasi terhadap minat beli? (b) Bagaimana pengaruh citra merek terhadap minat beli? (c) Bagaimana pengaruh reputasi terhadap keputusan pembelian? (d) Bagaimana pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian? (e) Bagaimana pengaruh citra merek terhadap reputasi? (f) Bagaimana pengaruh minat beli terhadap keputusan pembelian?. Obyek penelitian ini adalah Konsumen AHASS Honda Prima Jaya Abadi Semarang. Metode pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Pengambilan sampel dengan cara memberikan kuesioner ke para responden secara langsung pada waktu melakukan pembelian di AHASS Honda Prima Jaya Abadi Semarang. Data dianalisis menggunakan SPSS. Identitas responden dapat diketahui sebagian besar responden berjenis kelamin laki-laki

sebesar 64%, dan perempuan sebesar 36% mempunyai umur 25-30 tahun sebesar 38% , umur 31-40 tahun sebesar 33% , umur 41-50 tahun sebesar 29%. Pendidikan responden SLTA sebesar 63%, Sarjana sebesar 31% dan Pasca sarjana sebesar 6%. Pendapatan responden sebesar 1.000.000- 2.000.000 sebesar 49%, 2.500.000- 5.000.000 sebesar 33%, 5.000.000 – 10.000.000 sebesar 13% dan diatas 10.000.000 sebesar 5%. Hasil analisis data dapat disimpulkan : (1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara reputasi terhadap minat beli (2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara citra merek terhadap minat beli (3) Terdapat pengaruh positif dan signfikan antara reputasi terhadap keputusan pembelian (4) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara citra merek terhadap keputusan pembelian (5) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara citra merek terhadap reputasi (6) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara minat beli terhadap keputusan pembelian.

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

● “ SESUNGGUHNYA BERSAMA KESUKARAN ITU ADA KERINGANAN.
KARENA ITU BILA KAU SUDAH SELESAI (MENGERJAKAN YANG
LAIN). DAN BERHARAPLAH KEPADA TUHANMU. (Q.S AL-INSYIRAH
: 6-8)

● “ SESUNGGUHNYA PERKATAAN KAMI TERHADAP SESUATU APABILA
KAMI MENGHENDAKINYA, KAMI HANYA MENGATAKAN KEPADANYA: ”JADILAH! MAKA TERJADILAH IA”

● “ INTELLIGENCE IS THE ABILITY TO ADAPT TO CHANGE” (STEPHEN
HAWKING).

Skripsi ini dipersembahkan untuk :
Bapak , ibu , Adik Tercinta
yang senantiasa memberikan doa, dukungan
kasih sayang, cinta yang tiada henti,
Dan mendampingi anak – anaknya
dengan penuh kesabaran dan kesetiaan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi saya dengan judul "**PENGARUH REPUTASI DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (AHASS HONDA PRIMA JAYA ABADI SEMARANG)**".

Penulisan skripsi ini merupakan kewajiban untuk melengkapi tugas serta syarat untuk menyelesaikan program strata atau (Si) pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan kali ini saya ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1) Ibu Hj. Olivia Fachrunnisa. SE, M.Si, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
2) Bapak Dr. H. Ardian Adhiatma, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3) Bapak Dr. Hendar, SE,M.Si selaku Wakil Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang
4) Bapak Drs. H. Noor Kholis, MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan dalam menyelesaikan Skripsi ini.
5) Dr. H. Moch.Zulfa, M.M, selaku Dosen Wali yang telah memberi semangat dan motivasi untuk menyelesaikan Skripsi ini.
6) Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberikan dukungan untuk penulis.

7) Ibu , Bapak dan Adik saya yang selalu memberikan seluruh perhatiannya , tenaga dan support , kasih sayang dan doa sehingga saya dapat menyelesaikan Skripsi ini.
8) Teman teman saya Elsa , Anni , Fitri , Rini , Fitriyani , Eka , Intan , Ajeng , Iis , Ulfi , Wanda dan Ratu yang memberikan dukungan semangat dan doa.
9) Teman teman kelas yang selalu memberikan semangat dukungan dan doa.
10) Semua pihak yang mendukung menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Skripsi ini bisa bermanfaat bagi diri pribadi penulis serta pihak – pihak yang berkepentingan dengan topik yang sama. Segala kritik dan saran tentunya akan sangat bermanfaat untuk penyempurnaan selanjutnya.

Semarang , 11 April 2018

Penulis

Evelyn Jane Charista