

**PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
CITRA KENDEDES *CAKE & BAKERY* CABANG SAWOJAJAR MALANG**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada  
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang



Disusun Oleh :  
Fanny Gabrilla  
NIM:201411033

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA MALANG  
FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN

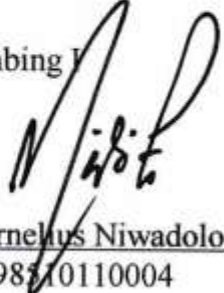
2018

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Fanny Gabrilla  
NIM : 201411033  
Universita : Katolik Widya Karya Malang  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Judul : PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CITRA KENDEDES *CAKE & BAKERY* CABANG SAWOJAJAR MALANG

Malang, 2 Juli 2018

DITERIMA DAN DISETUJUI:

Pembimbing I  
  
Drs. Cornelius Niwadolo, M.M.  
NIK : 198510110004

Pembimbing II  
  
Dra. Anni Yudiastuti, M.P.  
NIDN : 0701056401

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi  
  
Dr. Dra. M.A.F. Suprapti, M.M.  
NIDN: 0706016401

Ketua Jurusan Manajemen  
  
Dra. Anni Yudiastuti, M.P.  
NIDN : 0701056401

**PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT**

Kami yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul : *PENGARUH BRAND-IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CITRA KENDEDES CAKE & BAKERY CABANGSAWOJAJAR MALANG* merupakan karya asli dari :

Nama : Fanny Gabrilla  
Nim : 201411033  
Jurusan : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi  
Universitas : Katolik Widya Karya Malang

dan bukan plagiat baik sebagian maupun seluruhnya

Demikian pernyataan ini kami buat sebenar-benarnya dan apabila terdapat kekeliruan kami bersedia menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku

Malang, 2 Juli 2018



(Fanny Gabrilla)

**DITERIMA DAN DI SETUJUI :**

Pembimbing I

Drs. Cornelius Nirwadodo, M.M.  
NIK : 198510110004

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Dra. M.A.F. Suprapti, M.M.  
NIDN: 0706016401

Pembimbing II

Dra. Anni Yudiastuti, M.P.  
NIDN : 0701056401

Ketua Jurusan Manajemen



Dra. Anni Yudiastuti, M.P.  
NIDN : 0701056401

Mengetahui :

**Lembar Pengesahan Skripsi**

Skripsi yang berjudul :

**“PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
CITRA KENDEDES *CAKE & BAKERY* CABANG SAWOJAJAR  
MALANG”**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Fanny Gabriella

NIM : 201411033

Telah di pertahankan di depan Dewan Penguji skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang pada tanggal : 2 Juli 2018 dan telah memenuhi syarat untuk di terima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu (S-1)

Disahkan oleh :

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Katolik Widya Karya Malang



Dr. Dra. M.A.F. Suprapti, M. M.  
NIDN : 0706016401

DEWAN PENGUJI

1. Drs. Cornelius Niwadolo, M.M.  
NIK : 198510110004
2. Dra. Anni Yudiastuti, M.P.  
NIDN : 0701056401
3. Jovita Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.S.M.  
NIDN : 0724018601

TANDA TANGAN



**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

NAMA : FANNY GABRILLA

NIM : 201411033

Universitas : KATOLIK WIDYA KARYA MALANG

Fakultas : EKONOMI

Jurusan : MANAJEMEN

Tempat, tanggal, lahir : MALANG, 6 MEI 1995

Alamat : VILLA GUNUNG BURING JALAN KEMAYORAN VII  
AH 25 A, CEMORO KANDANG

Nama orang tua (Ayah): MOCHAMAD HUSEIN  
(Ibu) : HENNY

Riwayat pendidikan :

- SDK. SANTA MARIA II MALANG (2001-2008)
- SMPK. SANTA MARIA II MALANG ( 2008-2011)
- SMAK. SANTA MARIA MALANG ( 2011-2014)
- PERGURUAN TINGGI UNIVERSITAS KATOLIK  
WIDYA KARYA MALANG (2014-2018)

**KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena segala berkat dan kemurahanNya yang boleh menyertai saya dalam penyusunan skripsi ini yang berjudul: “PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CITRA *KENDEDES CAKE & BAKERY* CABANG SAWOJAJAR MALANG” hingga selesai dengan baik.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana (S1) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi di Universitas Katolik Widya Karya Malang. Dalam penyusunan skripsi ini banyak bantuan yang diberikan oleh berbagai pihak untuk peneliti baik berupa dukungan, bimbingan dan pengarahan. Oleh sebab itu, dalam penyusunan skripsi ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Rm. Albertus Herwanto, O. Carm, MA, selaku Rektor Universitas Katolik Widya Karya Malang
2. Dr. Dra. M.A.F. Suprpti, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang.
3. Dra. Anni Yudiastuti, M.P., selaku Dosen Pembimbing II dan Ketua Jurusan Manajemen yang telah dengan baik hati meluangkan waktu dan tenaga dalam membimbing, mengarahkan dan mendukung skripsi ini hingga selesai.
4. Drs. Cornelius Niwadolo, M.M., selaku Pembimbing I karena kebaikannya yang telah memberikan prosedur persyaratan dan membimbing dalam memberikan saran-saran hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Malang, 2 juli 2018

Fanny Gabriella

## LEMBAR PERSEMBAHAN

Dengan segala kebaikan Tuhan Yesus dan atas semua dukungan yang tidak pernah berhenti diberikan untuk saya oleh orang-orang terdekat. Dalam kesempatan ini saya dengan bangga mempersembahkan skripsi ini untuk:

1. Kedua orang tua yang saya cintai, Mochamad Husein dan Henny yang selalu mendukung dalam situasi dan keadaan apapun baik dalam doa dan materil. Yang selama ini tidak pernah berhenti menuntun menuju setiap langkah yang lebih baik.
2. Saudara saya, Mercella Harini, Stevanus Hendriarto, Ferni Mustika, Sephtia Nadilla, Nadia Ingrid yang selalu memberikan kesempatan dalam bertukar pikiran dan membantu saya menyelesaikan kesulitan apapun.
3. Untuk orang terdekat, Ronald Nugroho yang selalu memberikan semangat dan dukungan dalam setiap keadaan hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Teman- teman kost jember 5, Adriana susanti, auliamirza pradina. Vania Clarissa, Novlia Pradhita Ema Sari yang selalu menjadi penyemangat dan penghibur dalam setiap situasi yang saya hadapi.
5. Teman- teman kampus, Kristoverius Ana Buga, Elisabeth Dwindi, Lintang Samudra, Tania Yohana, Chyntia Surya Dewi, Andreas Ngasu Rato, dll yang selalu membantu dalam penyelesaian skripsi ini dari awal hingga akhir.
6. Teman-teman bermain, Skolastika Sawo, Chavia Zagita Susanto, Jessica Aurellia Salim, Anindita Aprillia dll. Yang dari dulu selalu menyertai setiap langkah saya hingga saat ini dan memberikan segala apresiasinya untuk memperlancar skripsi yang saya hadapi.
7. Teman-teman angkatan 2014 jurusan manajemen tanpa terkecuali, yang bersama-sama menghadapi suka dan duka perkuliahan selama 4 tahun ini serta saling mendukung satu sama lain.
8. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang.
9. Seluruh karyawan dan petugas perpustakaan Universitas Katolik Widya Karya Malang.

## **Motto**

*Lakukan yang terbaik dan percaya disetiap langkah ada  
Tuhan yang selalu menyelesaikan segala perkara diluar  
kemampuan dengan caraNya yang tidak dapat  
dipahami.*





**DAFTAR ISI**

HALAMAN LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	i
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN RIWAYAT HIDUP .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
LEMBAR PERSEMBAHAN .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
ABSTRAKSI.....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	3
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	4
1. Tujuan .....	4
2. Manfaat .....	4
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Penelitian Terdahulu .....	5
B. Tinjauan Pustaka .....	7
1. Pengertian Pemasaran .....	7
2. Pengertian Bauran Pemasaran .....	7
3. Peran Brand .....	8
4. Pengertian <i>Brand Image</i> .....	8
5. Indikator-Indikator dalam <i>Brand Image</i> .....	9
6. Pengertian Merek .....	10

7. Kriteria didalam Elemen Merek.....	11
8. Manfaat Merek.....	12
9. Keputusan pembelian.....	13
10. Hubungan Antar Variabel.....	14
C. Kerangka Pikir.....	15
D. Hipotesis.....	16
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis penelitian.....	17
B. Ruang Lingkup penelitian.....	17
C. Lokasi Penelitian.....	17
D. Populasi, sample, dan teknik pengambilan data.....	18
1. Populasi.....	18
2. Sampel.....	18
3. Teknik pengambilan data.....	18
E. Sumber Data&Jenis Data.....	19
1. Sumber Data.....	19
a. Data Primer.....	19
b. Data Sekunder.....	19
2. Jenis Data.....	20
a. DataKualitatif.....	20
b. Data Kuantitatif.....	20
F. Definisi Operasional.....	20
G. Metode pengumpulan data.....	22
1. Kuisisioner.....	22
2. Wawancara.....	22
3. Dokumentasi.....	22
H. Teknik Analisi Data.....	23
1. Uji Instrumen.....	23
a. Uji Validitas.....	23
b. Uji Realiabilitas.....	24
2. Uji Asumsi Klasik.....	24
a. Uji Normalitas.....	24

b. Uji Autokorelasi.....	25
c. Uji Multikolinieritas.....	25
d. Uji Heteroskedastisitas.....	25
3. Analisis Regresi Linier Berganda .....	26
4. Uji Hipotesis.....	26
a. Uji F .....	26
b. Uji T .....	27
c. Uji Variable paling dominan.....	27

**BAB IV ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA**

A. Gambaran umum perusahaan.....	28
1. Sejarah UmumPerusahaan .....	28
2. Motto Perusahaan.....	28
3. Lokasi Perusahaan.....	28
a. Faktor Primer.....	30
b. FaktorSekunder .....	30
4. Struktur Organisasi.....	31
a. SPV toko .....	31
b. Head Produksi .....	32
c. ProduksiToko .....	32
d. TraneeToko .....	32
e. Cashier.....	32
f. SPG toko .....	33
g. Tranice SPG/Cashier .....	33
B. GambaranUmumResponden	
1. Karakteristik Responden .....	34
a. Jenis Kelamin Responden .....	34
b. Usia Responden.....	34
c. Pekerjaan Responden .....	35
d. Pendapatan Responden.....	36
C. Penyajian Data HasilKuisisioner.....	37
a. Distribusi Frekuensi Variable Citra Perusahaan (x1).....	39
b. Distribusi Frekuensi Variable Citra Pemakai(x2).....	39

c. Distribusi Frekuensi Variable Citra Produk (x3) .....	40
d. Distribusi Frekuensi Variable Keputusan Pembelian (Y) .....	42
D. Analisis Data dan Interpretasi .....	44
1. Uji Instrumen Penelitian .....	45
a. Uji Validitas .....	45
b. Uji Realiabilitas .....	47
2. Asumsi – Asumsi Klasik Regresi .....	48
a. Uji Normalitas .....	48
b. Uji Autokorelasi .....	49
c. Uji Multikolinieritas .....	50
d. Uji Heterokedastisitas .....	52
3. Analisis Regresi Linier Berganda .....	53
a. Persamaan Regresi .....	53
b. Koefisien Determinasi .....	54
4. Uji Hipotesis .....	56
a. Uji F .....	56
b. Uji T .....	57
5. Uji variabel paling dominan .....	59
E. Pembahasan .....	59
F. Implikasi Hasil Penelitian .....	60
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	62
B. Saran .....	63
Daftar Pustaka .....	
Lampiran .....	

DAFTAR TABEL

2.1 Penyajian Data Penelitian Terdahulu .....	5
3.1 Definisi Operasional.....	21
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	34
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	35
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	36
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	37
4.5 Disitribusi Frekuensi Variabel Citra Perusahaan (X1).....	38
4.6 Disitribusi Frekuensi Variabel Citra Pemakai (X2).....	39
4.7 Disitribusi Frekuensi Variabel Citra Produk (X3) .....	41
4.8 Disitribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	43
4.9 Uji Validitas Variabel .....	46
4.10 Uji Realibilitas Variabel.....	47
4.11 Hasil Uji Normalitas .....	49
4.12 Hasil Uji Autokorelasi.....	50
4.13 Hasil Uji Multikolinieritas .....	51
4.14 Koefisien Regresi .....	53
4.15 Koefisien Korelasi & Determinasi.....	55
4.16 Uji F .....	56

4.17 Uji T .....57

4.18 Uji Variabel Paling Dominan.....59



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir..... 15

Gambar 4.1 Struktur Organisasi..... 31

Gambar 4.2 Uji Heterokedastisitas ..... 52



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 :Surat Keterangan Penelitian

Lampiran 2 :Kuesioner

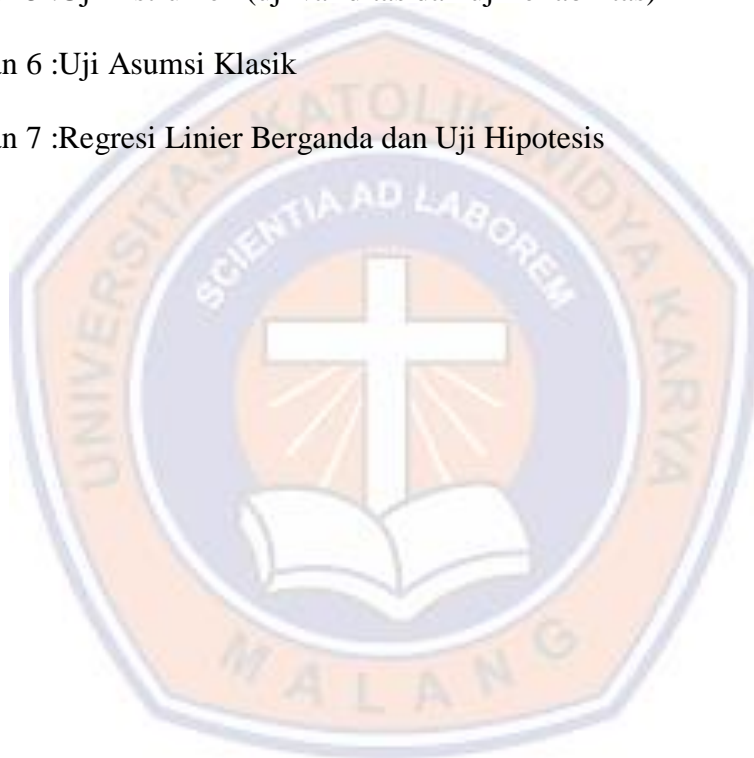
Lampiran 3 :Tabulasi Jawaban Responden

Lampiran 4 :Distribusi Jawaban Responden

Lampiran 5 :Uji Instrumen (uji validitas dan uji reliabilitas)

Lampiran 6 :Uji Asumsi Klasik

Lampiran 7 :Regresi Linier Berganda dan Uji Hipotesis





PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
CITRA KENDEDES CAKE & BAKERY CABANG SAWOJAJAR MALANG

ABSTRAKSI

Banyaknya peluang usaha yang mampu menghasilkan keuntungan yang tinggi, membuat adanya persaingan usaha yang semakin ketat. Hal ini mengharuskan pelaku usaha mempunyai strategi pemasaran yang tepat guna meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk yang mereka hasilkan. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan minat beli yakni dengan memiliki *brand image* yang positif di benak konsumen.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui: 1) Untuk mengetahui signifikansi pengaruh komponen *brand image* yang terdiri dari citra perusahaan (X1), citra pemakai (X2), citra produk (X3) secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian Citra Kendedes *Cake & Bakery* cabang Sawojajar Malang. 2) Untuk mengetahui komponen *brand image* yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian Citra Kendedes *Cake & Bakery* cabang Sawojajar Malang. Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian *explanatory*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berkunjung dan melakukan keputusan pembelian di Citra Kendedes *cake & bakery* cabang Sawojajar Malang. Sampel sebanyak 60 orang, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*.

Hasil penelitian membuktikan bahwa dari uji instrument yang terdiri dari validitas dan reliabilitas diperoleh hasil valid untuk semua item dan reliable untuk semua variabel. Variabel *brand image* yang terdiri dari citra perusahaan (X1), citra pemakai (X2) dan citra produk (X3) secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dari hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < \alpha 0,05$ . Secara individu (parsial) variabel bebas (Citra Perusahaan (X<sub>1</sub>), Citra Pemakai (X<sub>2</sub>), Citra Produk (X<sub>3</sub>)) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini dibuktikan dengan hasil signifikansi uji  $t < \alpha 0,05$ . Dengan nilai koefisien determinasi 54,1%, dengan persamaan  $Y = 0,707 + 0,346X_1 + 0,776X_2 + 0,385X_3$ . Variabel citra pemakai (X2) berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian dengan melihat nilai *standardized Coefficients* ( $\beta$ ) sebesar 0,365

Kata kunci: *Brand Image*(X) dan Keputusan Pembelian (Y)