

**PENGARUH *BRAND IMAGE* MIE GACOAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
MIE GACOAN JUANDA**

SKRIPSI

Oleh :

Marchya Putri Herbiantoro

201910415328



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

2024

**PENGARUH *BRAND IMAGE* MIE GACOAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
MIE GACOAN JUANDA**

SKRIPSI

Oleh :

Marchya Putri Herbiantoro

201910415328



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2024

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

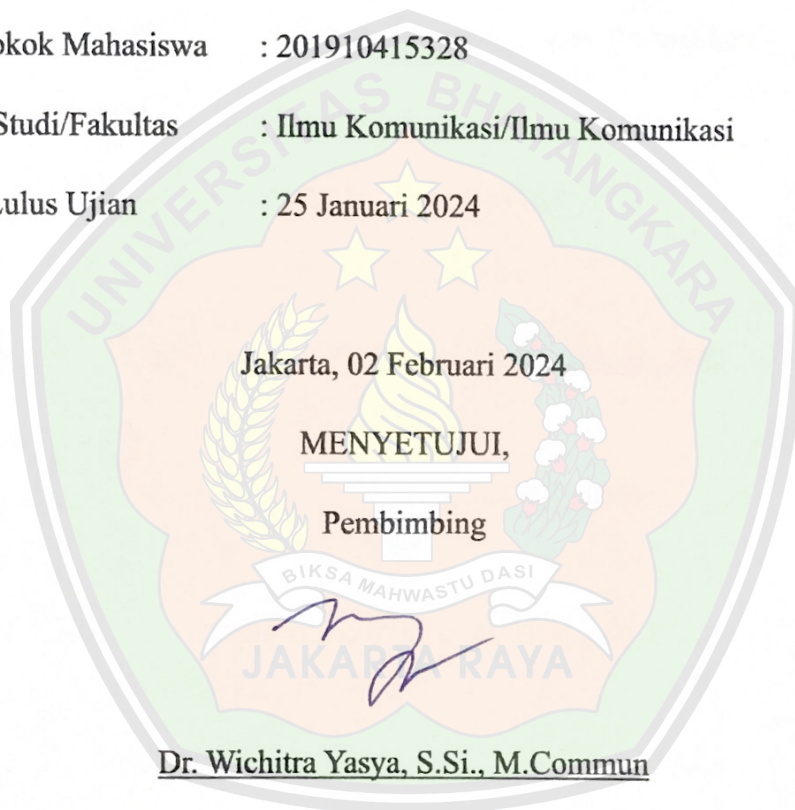
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image* Mie Gacoan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Gacoan Juanda

Nama Mahasiswa : Marchya Putri Herbiantoro

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415328

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : 25 Januari 2024



NIDN. 0303098405

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image* Mie Gacoan Terhadap
Keputusan Pembelian Konsumen Mie Gacoan
Juanda

Nama Mahasiswa : Marchya Putri Herbiantoro

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415328

Program Studi / Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : 25 Januari 2024

Jakarta, 02 Februari 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Dr. Ciwuk Musiana Yudhawasthi, M. Hum
NIDN. 0323057006

Penguji : Dr. Wichitra Yasya, S.Si., M.Commun
NIDN. 0303098405

Sekretaris Penguji : Imaddudin, S.I.Kom., M.I.Kom., M.Tr.Par
NIDN. 0310068902

Ketua Program Studi

Dekan

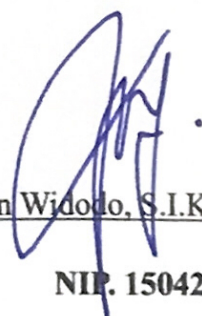
Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Komunikasi



Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si

NIP. 2203551



Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom

NIP. 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul **Pengaruh *Brand Image* Mie Gacoan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Gacoan Juanda** ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikanya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Jakarta, 02 Februari 2024

Yang membuat pernyataan,



Marchya Putri Herbiantoro

201910415328

ABSTRAK

Marchya Putri Herbiantoro 201910415328, Pengaruh *Brand Image* Mie Gacoan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Gacoan Juanda.

Citra merek (*brand image*) merupakan hal yang penting bagi produk yang sedang ada dipasaran bersama dengan saingannya, karena citra merek mempunyai kekuatan untuk menanamkan persepsi terhadap konsumen dengan begitu konsumen mampu untuk menilai apakah produk dengan *brand* yang akan dibeli dapat memenuhi kebutuhannya. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *brand image* Mie Gacoan terhadap keputusan pembelian konsumen Mie Gacoan Juanda. Dalam penelitian ini menggunakan teori *Brand Image* oleh Kotler & Keller. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian *survey* dengan sampel penelitian sebanyak 96 responden. Hasil penelitian ini ditemukan bahwa terdapat pengaruh variabel X (*brand image*) terhadap Y (keputusan pembelian) dengan nilai t hitung $4,272 > 1,986$ T tabel. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa variabel X (*Brand Image*) mempengaruhi Variabel Y (Keputusan Pembelian) sebesar 16,3% pada nilai *r square*, sedangkan sisanya sebesar 83,7% dapat dijelaskan dari variabel lain.

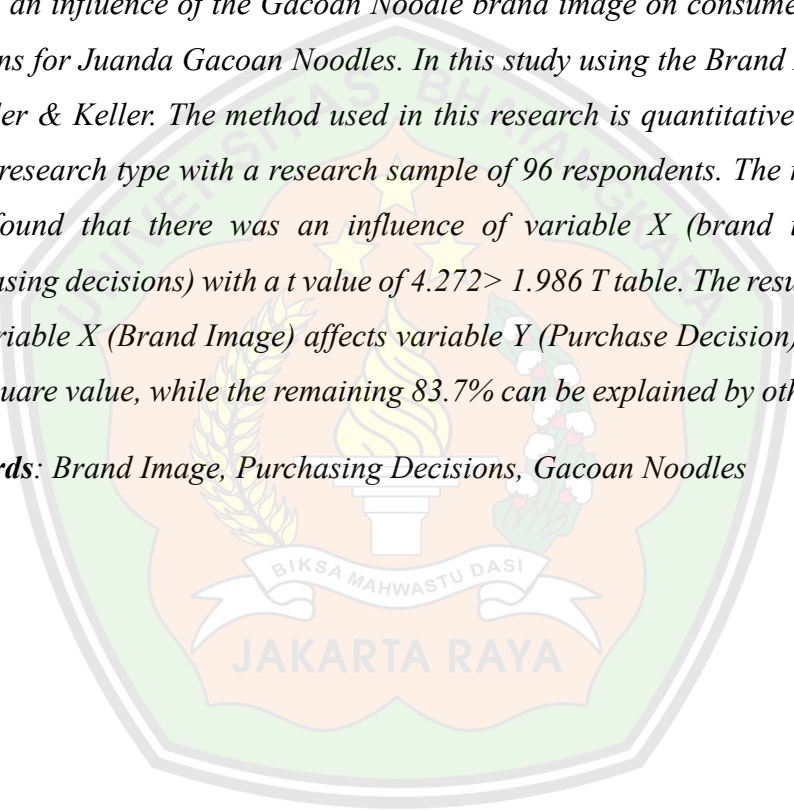
Kata Kunci : *Brand Image*, Keputusan Pembelian, Mie Gacoan

ABSTRACT

Marchya Putri Herbiantoro 201910415328, *The Effect of Brand Image of Gacoan Noodles on Purchasing Decisions of Juanda Gacoan Noodles Consumers.*

Brand image is important for products that are on the market along with their rivals, because brand image has the power to instill perceptions in consumers so that consumers are able to assess whether the product with the brand to be purchased can meet their needs. The purpose of this study was to determine whether there is an influence of the Gacoan Noodle brand image on consumer purchasing decisions for Juanda Gacoan Noodles. In this study using the Brand Image theory by Kotler & Keller. The method used in this research is quantitative method with survey research type with a research sample of 96 respondents. The results of this study found that there was an influence of variable X (brand image) on Y (purchasing decisions) with a t value of $4.272 > 1.986$ T table. The results also show that variable X (Brand Image) affects variable Y (Purchase Decision) by 16.3% in the r square value, while the remaining 83.7% can be explained by other variables.

Keywords: *Brand Image, Purchasing Decisions, Gacoan Noodles*



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, serta karunianya-Nya sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Brand Image* Mie Gacoan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Gacoan Juanda”. Laporan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mengerjakan skripsi pada program Strata-1 di Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Penulis menyadari dalam penyusunan proposal skripsi ini tidak akan dapat terlaksana dengan baik tanpa bantuan serta keterlibatan dari berbagai pihak.

Mengingat keterbatasan pengetahuan serta kemampuan penulis dalam menyusun skripsi ini tidak luput dari kekurangan. Akan tetapi penulis berharap penulisan ini menjadi manfaat bagi pihak yang membaca. Dengan ini, penulis ingin mengucapkan rasa syukur dan terima kasih kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat bagi penulis berupa kesehatan dan kelancaran untuk bisa menyelesaikan skripsi ini. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua yang telah memberikan dukungan moral dan materil bagi penulis dalam kesempurnaan penyusunan skripsi ini.

Pada penyusunan skripsi ini, peneliti ingin mengucapkan rasa terimakasih kepada :

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, SH., MM.
Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

3. Bapak Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si. Selaku ketua program studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Dr. Asrul Nur Iman, S.Sos., M.I.Kom Selaku Dosen Akademik Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberi arahan, semangat serta motivasi.
5. Ibu Dr. Wichitra Yasya, S.Si., M.Commun selaku Dosen Pembimbing yang telah memberi bimbingan, pengarahan, saran dan evaluasi kepada penulis selama penyusunan proposal skripsi.
6. Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan seluruh staf akademik yang telah berperan penting dalam membantu penulis membuat proposal skripsi ini.
7. Kepada orang tersayang yaitu, Triyanto Nugroho yang selalu menemani dan memberikan doa, bantuan, semangat serta motivasi penuh kepada penulis.
8. Kepada sahabat terkasih yaitu, Rekha Maulida, Khansa Aulia, Vania Rahma, Dini Adestha, Nurul Hidayatulloh yang telah memberikan dukungan kepada penulis.
9. Kepada teman-teman Fikom yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, yang telah memberikan memberi saran maupun dukungan, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini.

Meskipun penulis telah berusaha menyelesaikan proposal penelitian ini sebaik mungkin, penulis menyadari bahwa penelitian ini masih ada kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para

pembaca guna menyempurnakan segala kekurangan dalam penyusunan penelitian ini.

Jakarta, 02 Febuari 2024

Penulis,



Marchya Putri Herbiantoro



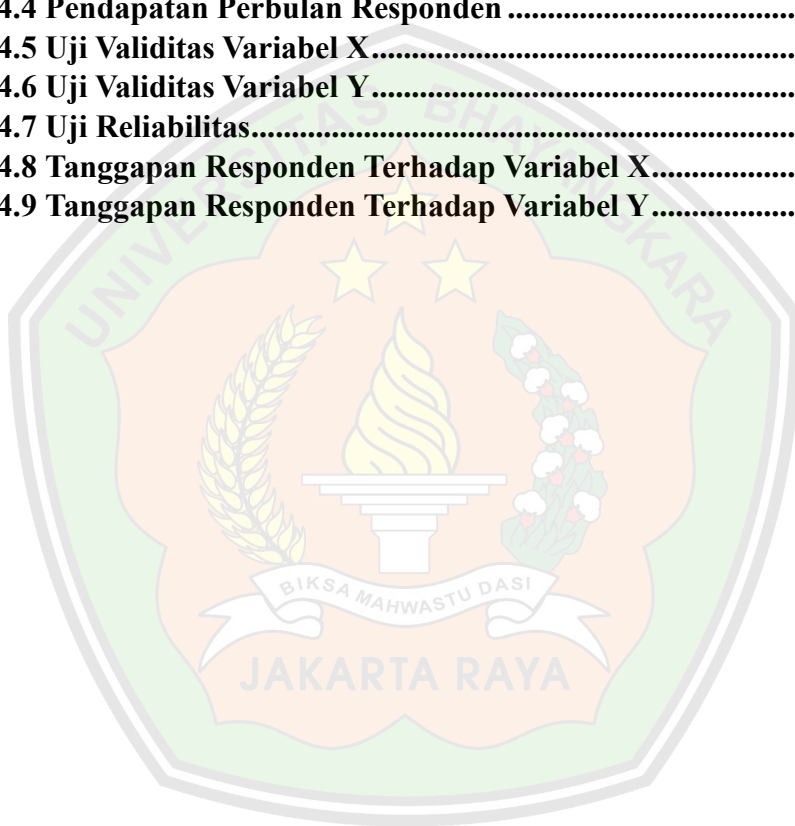
DAFTAR ISI

COVER	<i>i</i>
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	<i>ii</i>
LEMBAR PENGESAHAN	<i>iii</i>
LEMBAR PERNYATAAN	<i>iv</i>
ABSTRAK	<i>v</i>
ABSTRACT	<i>vi</i>
KATA PENGANTAR	<i>vii</i>
DAFTAR ISI	<i>x</i>
DAFTAR TABEL	<i>xii</i>
DAFTAR BAGAN	<i>xiv</i>
DAFTAR LAMPIRAN	<i>xv</i>
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Identifikasi Masalah	9
1.5 Kegunaan Penelitian	10
1.5.1 Kegunaan Teoritis	10
1.5.2 Kegunaan Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Kerangka Konsep	17
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	17
2.2.2 Brand	18
2.2.3 Brand Image	19
2.2.4 Keputusan Pembelian	23
2.2.5 Konsumen	28
2.3.2 Kerangka Pemikiran	28
2.3.3 Hipotesis Penelitian	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30

3.1 Jenis Penelitian	30
3.2 Metode Penelitian	30
3.3 Populasi dan Sampel	31
3.3.1 Populasi.....	31
3.3.2 Sampel.....	31
3.4 Operasional Variabel.....	32
3.5 Teknik Pengumpulan Data	34
3.6 Skala Pengukuran	34
3.7.1 Uji Validitas	36
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	37
3.8 Teknik Analisis Data.....	37
3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Hasil Penelitian	43
4.1.1 Gambaran Umum Mie Gacoan Juanda.....	43
4.1.2 Karakteristik Responden	44
4.1.3 Uji Instrumen Penelitian (Uji Validitas dan Reliabilitas)	46
4.1.4 Analisis Data.....	49
4.2 Pembahasan	58
4.2.1 Pengaruh Brand Image Mie Gacoan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan Juanda.....	58
BAB V PENUTUP.....	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Tabel Variabel (X) Operasional	33
Tabel 3.2 Tabel Variabel (Y) Operasional	33
Tabel 3. 3 Tabel Skala Likert.....	35
Tabel 3.4 Jadwal Penelitian	42
Tabel 4.1 Usia Responden.....	44
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden	44
Tabel 4.3 Jenis Pekerjaan Responden	45
Tabel 4.4 Pendapatan Perbulan Responden	45
Tabel 4.5 Uji Validitas Variabel X.....	47
Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel Y.....	48
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas.....	49
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel X.....	50
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Y.....	52



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Mie Gacoan.....	43
Gambar 4.2 Diagram Responden Terhadap Variabel X.....	51
Gambar 4.3 Diagram Responden Terhadap Variabel Y.....	53
Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas.....	55
Gambar 4.5 Hasil Uji Linieritas	55
Gambar 4.6 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	56
Gambar 4.7 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	56
Gambar 4.8 Hasil Kofisien Determinasi (R^2).....	57
Gambar 4.9 Hasil Uji T	58



DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran.....	28
-----------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1** Daftar riwayat hidup
- Lampiran 2** Angket/Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3** Screenshoot Googleform
- Lampiran 4** Foto Responden
- Lampiran 5** Tabulasi Data
- Lampiran 6** Hasil SPSS
- Lampiran 7** Kartu bimbingan
- Lampiran 8** Form perbaikan sidang skripsi

