

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA KONSUMEN EXTRA BAKERY  
DI KOTA GORONTALO**

**SKRIPSI**

Oleh

**MOH. DICKY A. SAPUTRA**  
NIM. 931 411 094

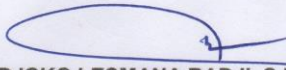
Telah di periksa dan disetujui untuk diuji

**Pembimbing I**



**RAFLIN HINELO, S.Pd, M.Si**  
NIP.197306181999031001NIP.

**Pembimbing II**



**DJOKO LESMANA RADJI, S.Pd, M.Si**  
NIP.197901302003121002

**Mengetahui**

**Ketua Jurusan Manajemen**



**Hais Dama, SE., M.Si**  
NIP.19730305200212 1 003

**PENGESAHAN**  
**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP**  
**KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA EXTRA BAKERY**  
**KOTA GORONTALO**

Oleh

**MOH. DICKY A. SAPUTRA**

Telah di pertahankan didepan dewan penguji

Hari/tanggal :     , Desember 2016

Waktu           :

Penguji:

- |                                    |        |
|------------------------------------|--------|
| 1. IRWAN YANTU, S.Pd, M.Si         | 1..... |
| 2. ANDI JUANNA, S.Pd, M.Sc         | 2..... |
| 3. RAFLIN HINELO, S.Pd, M.Si       | 3..... |
| 4. DJOKO LESMANA RADJI, S.Pd, M.Si | 4..... |

Mengetahui

**DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**



**Dr. Hamzah Yunus M.Pd**

NIP. 19600223198603 1 004

## ABSTRAK

**Moh. Dicky A. Saputra, Nim 931411045.** S1 Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Tahun 2016. “Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Extra Bakery Di kota Gorontalo ”. Pembimbing 1 Bapak Raflin Hineo, S.Pd, M.Si dan Pembimbing II Bapak Djoko Lesmana Radji, S.Pd, M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan membuktikan apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Extra Bakery Kota Gorontalo. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif, dengan analisis regresi linear sederhana untuk menjawab masalah penelitian.

Populasi dalam penelitian adalah konsumen yang berbelanja di Extra Bakery kota Gorontalo. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan metode pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* yang merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel jika dipandang cocok serta *purposive sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh persamaan regresi  $\hat{Y} = 15,229 + 0,926X + e$  yang berarti bahwa setiap variabel citra merek meningkat satu satuan, maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,926 atau dengan kata lain setiap peningkatan keputusan pembelian (Y) dibutuhkan peningkatan variabel citra merek sebesar 0,926. Dalam hal ini terdapat pengaruh antara variabel citra merek terhadap keputusan pembelian pada konsumen extra bakery di kota Gorontalo sebesar 0,519 atau 51,9% sementara sisanya 0,481 atau 48,1% di pengaruhi oleh sebab-sebab lain diluar dari penelitian ini seperti kualitas produk, model, harga dan lain-lain.

**Kata Kunci : Citra Merek, Keputusan Pembelian**