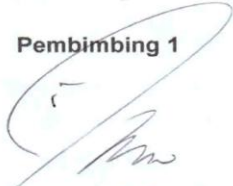


**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**SKRIPSI**

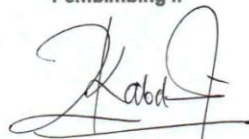
**PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi  
Pada KFC - Gorontalo)**

**Pembimbing 1**



**Raflin Hineho, S.Pd, M.Si**  
NIP. 197306181999031001

**Pembimbing II**



**ZULFIA K ABUSSAMAD, S.E., M.Si**  
NIP.197909252005012001

**Mengetahui :**

**Ketua Jurusan**



**HAIS DAMA, SE., M.Si**

**NIP. 197303052002121003**

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI  
PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi  
Pada KFC - Gorontalo)

Oleh

ARIEFYANTO KAIDAH  
NIM. 931 412 119

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Hari/tanggal : Senin, 31 juli 2017  
Waktu : 14.00 Wita

Penguji

1. Raflin Hinelo, S.Pd., M.Si  
NIP. 197306181999031001

(.....)

2. Zulfia K Abdussamad, S.E., M.Si  
NIP. 197909252005012001

(.....)

3. Ramlan Amir Isa, SE., MM  
NIP. 197508202006041018

(.....)

4. Andi Juanna, S.Pd., M.Sc  
NIP. 197508282006041001

(.....)

Gorontalo, juli 2017

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Imran Rosman Hambali, S.pd, SE, MSA  
NIP. 19700823 199903 1 005

## ABSTRAK

**Ariefyanto Kaidah. NIM 931412119.** Pengaruh Brand image terhadap keputusan pembelian di KFC cabang Gorontalo. Skripsi Program studi S1 manajemen, jurusan manajemen, fakultas ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo, dibawah bimbingan bapak Raflin Hinelu, S.Pd, M.Si selaku pembimbing 1 dan ibu Zulfia K Abdussamad, S.E., M.Si selaku pembimbing 2.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dari analisis diperoleh nilai t-hitung untuk variabel *Brand Image* KFC Gorontalo sebesar **r25,110** dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Selanjutnya diketahui nilai t tabel sebesar **1,985** jika dibandingkan maka t hitung lebih besar dari t tabel, dan nilai signifikansinya masih lebih kecil dari skala 0,5 sehingga dapat disimpulkan bahwa Variabel *Brand Image* di KFC Gorontalo memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen untuk membeli produk. Berdasarkan hal tersebut juga dinyatakan bahwa hipotesis yang disusun sebelumnya telah terbukti dan diterima, atau  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Berdasarkan hasil pengolahan data melalui tampilan output SPSS, besaran pengaruh variabel *Brand image* dengan nilai R adalah 0,933 dan nilai R square ( $R^2$ ) sebesar 0,870. Hal tersebut menjelaskan bahwa sebesar 87% dari variabel bebas (*Brand Image*) yang dimiliki KFC Gorontalo memiliki kontribusi mempengaruhi keputusan pembelian konsumen untuk membeli makanan dan minuman di KFC Gorontalo. Atau dengan kata lain, sebesar 87% dari variabel keputusan pembelian konsumen KFC Gorontalo dipengaruhi oleh Brand Image-nya. Adapun sisanya sebesar 13% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan pada penelitian ini.

**Kata kunci: Brand image, Keputusan Pembelian**

## ABSTARCT

**Ariefyanto Kaidah. Student ID 931412119.** Influence of Brand Image towards Buying Decision in KFC Branch of Gorontalo. Skripsi. Bachelor Study Program of Management, Department of Management, Faculty of Economics, State University of Gorontalo. Principal supervisor is Raflin Hinelu, S.Pd. M.Si and Co-supervisor is Zulfia K. Abdussamad, S.E.,M.Si.

This research uses quantitative method, based on analysis, it obtains t-count for variable of Brand Image of KFC Gorontalo for **25,110** with significance value of 0,000. Then, t table is known for **1,985** if it is compared , t count is higher than t table and value of significance is lower than scale of 0,5, thus it can be concluded that variable of Brand Image of KFC Gorontalo has positive and significant influence toward buying decision of consumer for buying product. Based on the things, it states that research hypothesis has been verified and accepted, or  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted.

Based on data processing through output of SPSS, influence of Brand Image with R value is 0,933 and value of R square ( $R^2$ ) is 0,870. This explains that 87% of independent variable (Brand Image) of KFC Gorontalo has contribution of influencing buying decision of consumer to buy food and beverage in KFC Gorontalo. Or, on the other words, 87% of variable of buying decision of consumer in KFC Gorontalo is influenced by Brand Image. Meanwhile, the remaining 13% is influenced by other factors that are not explained in this research.

**Keywords: Brand Image, Buying Decision**

