

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

**SKRIPSI YANG BERJUDUL "PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PERDANA TELKOMSEL DI KECAMATAN
TILONGKABILA"**

**SKRIPSI
Oleh**


**ZULKIFLI DJIBRAN
NIM. 931 413 077**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Pembimbing I


**TINEKE WOLOK, ST.,MM
Nip.197305232006042002**

Pembimbing II


**ZULFIA K. ABDUSSAMAD SE, M.Si
Nip. 197909252005012001**

**Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen**


**Dr. Rizan Machmud, S.Kom., M.Si
Nip. 198307162009121006**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomsel Di Kecamatan
Tilongkabila




Oleh
ZULKIFLI DJIBRAN
NIM. 931413077

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Hari/Tanggal : Kamis, 02 Juli 2020
Waktu : 10:00:00

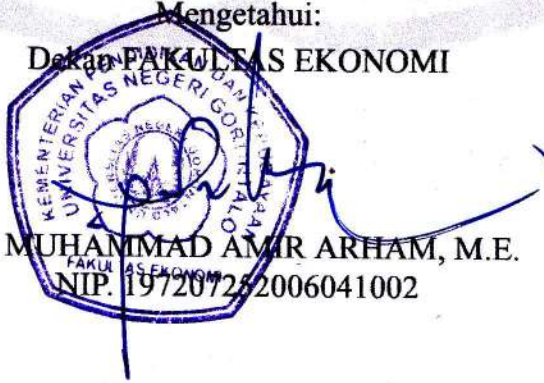
Penguji

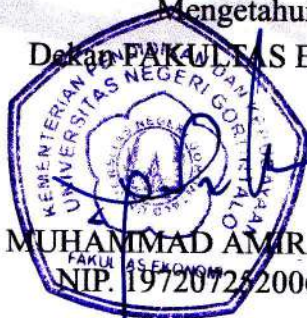
1. RAFLIN HINELO, S.Pd.,M.Si
NIP.197306181999031001
2. YULINDA L ISMAIL, M.Si
NIP.197607042005012002
3. TINEKE WOLOK, ST.,M.M.
NIP.197305232006042002
4. ZULFIA K ABDUSSAMAD, S.E., M.Si
NIP.197909252005012001

1. 
2. 
3. 
4. 

Mengetahui:

Dekan FAKULTAS EKONOMI


Dr. MUHAMMAD AMIR ARHAM, M.E.
NIP. 197207252006041002



ABSTRAK

Zulkifli Djibran. 931413077. 2019. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomsel. Skripsi Program Studi S1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo. Di bawah bimbingan Ibu Tineke Wolok, ST.,M.M selaku pembimbing I dan Ibu Zulfia K. Abdussamad, S.E., M.Si selaku pembimbing II.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pada kartu perdana Telkomsel. Dan analisis yang di gunakan adala Analisis Regresi Sederhana dengan tehnik penarikan sampel penelitian ini adalah *non probability sampling* sebanyak 99 responden

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa: pengujian hipotesis (uji t) untuk nilai t_{hitung} untuk variabel Citra Merek diperoleh nilai $t_{hitung}= 8,216$ dengan tingkat $p_{value}= 0,000$. Dengan menggunakan batas signifikan $\alpha = 0,05$ di dapat t_{tabel} sebesar 1,66071. Dari hasil tersebut maka criteria pengujian yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $P_{value} < \alpha$ yang artinya H_0 ditolakdan H_1 diterima. Dengan demikian hipotesis uji t variabel Citra Merek mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan dalam menentukan Keputusan Pembelian kartu perdana Telkomsel di Kecamatan Tilongkabila. Selanjutnya nilai koefisien determinasi atau R^2 Sebesar 0,410 atau 41% dan artinya variable citra merek memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian sedangkan sebesar 0,59 atau 59% dipengaruhi oleh variabel lain seperti kualitas pelayanan, promosi, dan lain sebagainya.

Kata Kunci: Citra Merek, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Zulkifli Djibran. 931413077. 2019. The Effect of Brand Image on Purchasing Decision for Telkomsel SIM Cards. Skripsi. Study Program of Management, Department of Management, Faculty of Economics, State University of Gorontalo. The principal supervisor is Tineke Wolok, S.T., M.M., and the co-supervisor is Zulfia K. Abdussamad, S.E., M.Si.

This study aims at determining the effect level of brand image on purchasing decision for Telkomsel SIM Cards. This study employed a Simple Regression Analysis, where 99 samples were determined using a non-probability sampling technique.

The results indicated that: hypothesis test (t test) on brand image variable obtained the value of $t_{count} = 8.216$ and $p_{value} = 0.000$ with a level of significance (α) = 0.05, and $t_{table} = 1.66071$. Thus, $t_{count} > t_{table}$ or $p_{value} < \alpha$ meaning that H_0 was rejected and H_1 was accepted. Therefore, the t test hypothesis of brand image variable had a positive and significant effect on purchasing decision for Telkomsel SIM Cards in Tilongkabila Subdistrict. Moreover, the coefficient value of determination or R^2 was 0.410, meaning that 41% of purchasing decision for Telkomsel SIM Cards was affected by the brand image variable, while the other 0.59 or 0.59% was affected by other variables such as service quality, promotion, and so on.

Keywords: Brand Image, Purchasing Decision

