

# LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DITOKO EIGER  
ADVENTURE GORONTALO

Oleh  
**MOHAMAD AZRAF ZULKIFLI**  
NIM. 931415022

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Hari/Tanggal : Rabu, 19 Agustus 2020

Waktu : 10:00:00

## Penguji

1. ANDI JUANNA, S.Pd.,M.Sc  
NIP.198411262010121004
2. Umin Kango, S.Pd, M.Si  
NIP.197910122005012001
3. Dr. HAPSAWATI TAAN, S.T., M.M  
NIP.197602012005012004
4. DJOKO LESMANA RADJI, S.Pd, M.Si  
NIP.197901302003121002

1.   
2.   
3.   
4. 

Mengetahui:

Dekan FAKULTAS EKONOMI

Dr. MUHAMMAD AMIR ARHAM, M.E.

NIP. 197207252006041002



**LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**SKRIPSI**

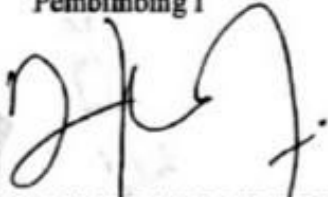
**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI TOKO  
EIGER ADVENTURE GORONTALO**

**OLEH**

**MOHAMAD AZRAF ZULKIFLI  
NIM 931415022**


Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

**Pembimbing I**



Dr. HAPSAWATI TAAN, ST, MM  
NIP. 197602012005012004

**Pembimbing II**



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

**Mengetahui  
Ketua Jurusan Manajemen**



Dr. RIZAN MACHMUD, S.Kom, M.Si  
NIP. 198307162009121006

## **ABSTRAK**

**MOHAMAD AZRAF ZULKIFLI. NIM. 931415022**, Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen di Toko Eiger Adventure Gorontalo. S1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo, 2020. Pembimbing I Dr. Hapsawati taan, S.T., M.M dan Pembimbing II Djoko Lesmana Radji, S.Pd, M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur apakah terdapat pengaruh citra merek terhadap minat beli konsumen di toko Eiger Adventure Gorontalo. Variabel independen pada penelitian ini adalah Citra Merek (X) dan Variabel dependen adalah Minat Beli Konsumen (Y). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Teknik analisis data pada penelitian ini adalah deskriptif statistik dan analisis regresi sederhana. Sampel penelitian sebanyak 74 Responden pengguna Eiger dan pengunjung toko Eiger.

Hasil Penelitian ini menunjukkan nilai sig t lebih kecil dari nilai probabilitas alpha yang berarti menjelaskan secara parsial variabel Citra Merek berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen di Toko Eiger Adventure Gorontalo. Dan nilai R hanya 36,8% selebihnya 63,2% di jelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil R yang bernilai 36,8% disebabkan pada penelitian ini hanya memiliki satu variabel independen sehingga kontribusi untuk variabel dependen dimungkinkan bernilai rendah.

**Kata Kunci : Citra Merek, Minat Beli Konsumen.**

## ABSTRACT

**MOHAMAD AZRAF ZULKIFLI. Student ID Number. 931415022.** The Influence of Brand Image on Consumer Purchase Intention at Eiger Adventure Store Gorontalo. Bachelor's Degree Program in Management, Department of Management, Faculty of Economics, State University of Gorontalo. 2020. The principal supervisor is Dr. Hapsawati Taan, S.T., M.M., and co-supervisor is Djoko Lesmana Radji, S.Pd., M.Si.

The objective of the research was to measure whether or not there is an influence brand image on consumer purchase intention at Eiger Adventure Store Gorontalo. The independent variable in this research was Brand Image (X), and the dependent variable was Consumer Purchase Intention (Y). The research applied a survey method with a quantitative approach. The technique of data analysis in the research used descriptive statistics and simple regression analysis. The samples were 74 respondents or users of Eiger product and visitors at Eiger store.

The research finding showed that value of sig t was lower than value of alpha probability which explained that partially, the variable of brand Image influenced consumer purchase intention at Eiger Adventure Store Gorontalo. In addition, the value of R was only 36,8% due to the research had only one independent variable so that the contribution for dependent variable was likely to possess low value, whereas the rest 63,2% was explained by other variables that were not explained in this research.

**Keywords: Brand Image, Consumer Purchase Intention**

