

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Pembalut Wanita Merek Softex (Studi Kasus Pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Universitas Negeri Gorontalo)

Oleh
SRI INDRIYANI LAHAY
NIM. 931414099

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Hari/Tanggal : Jumat, 24 Juli 2020

Waktu : 10:00:00

Penguji

1. RAFLIN HINELO, S.Pd.,M.Si
NIP.197306181999031001
2. IDRIS YANTO NIODE, S.Pd, MM
NIP.197810262005011001
3. TINEKE WOLOK, ST.,M.M.
NIP.197305232006042002
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 PRODUK PEMBALUT
WANITA MEREK *SOFTEX*
(STUDI KASUS PADA MAHASISWI JURUSAN MANAJEMEN UNIVERSITAS
NEGERI GORONTALO)

OLEH

SRI INDRIYANI LAHAY

NIM :931 414099

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Pembimbing I

Pembimbing II



TINEKE WOLOK, ST., M.M
NIP. 19730523 200604 2002



DJOKO LESMANA RADJI, S.Pd, M.Si
NIP. 19790130 200312 1002

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Rizan Machmud, S.Kom, M.Si
NIP.19830716 200912 1006

ABSTRAK

SRI INDRIYANI LAHAY. 931 414 099. 2019. *Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Pembalut Wanita Merek Softex Pada Kalangan Mahasiswi Jurusan Manajemen Universitas Negeri Gorontalo.* Program Studi S1 Manajemen. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Gorontalo. Dibawah bimbingan Pembimbing I Ibu Tineke Wolok, S.T., M.M dan Pembimbing II Bapak Djoko Lesmana Radji, S.Pd, M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Pembalut Wanita Merek *Softex* Pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Universitas Negeri Gorontalo. Data dalam penelitian ini yakni data primer yang diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner penelitian kepada para mahasiswi Jurusan Manajemen Universitas Negeri Gorontalo. Analisis data menggunakan regresi linear sederhana dengan menggunakan bantuan program SPSS.

Hasil penelitian melalui pengujian dengan uji t diperoleh nilai signifikan T_{value} (0.000) < alpha (0.05) dan nilai uji T_{hitung} (12,080) > T_{tabel} (1,9893). Hal tersebut juga didukung oleh nilai koefisien regresi sebesar 0,800 atau lebih besar dari skala 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Pembalut *Softex* di kalangan Mahasiswi Jurusan Manajemen UNG. Selain itu, berdasarkan perhitungan koefisien determinasi diperoleh nilai (R^2) sebesar 0,640. Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 64% dari variabel bebas (Citra Merek) memiliki kontribusi untuk mempengaruhi Minat Beli Produk Pembalut *Softex* di kalangan Mahasiswi Jurusan Manajemen UNG. Sedangkan sisanya sebesar 0,36 atau 36% dipengaruhi oleh variabel lain seperti kualitas produk, harga, promosi, dan lain-lain yang tidak dijelaskan dan diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa hasil uji regresi menunjukkan bahwa variabel Citra Merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Beli Produk Pembalut *Softex* dengan melihat hasil koefisien regresi dimana T_{hitung} lebih besar dari T_{tabel} , serta besarnya kontribusi variabel Citra Merek dalam mempengaruhi variabel Minat Beli.

Kata Kunci : *Citra Merek, Minat Beli*

ABSTRACT

SRI INDRIYANI LAHAY. 931 414 099. 2019. *The Influence of Brand Image towards Purchase Decision of Softex (Brand of Sanitary Napkin Product) at Female Students at Department of Management, State University of Gorontalo.* Bachelor 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 Djoko Lesmana Radji, S.Pd., M.Si.

The research aimed to find out to what extent the Influence of Brand Image towards Purchase Decision of Softex at Female Students at Department of Management, State University of Gorontalo. The research data were primary data gained by distributing a questionnaire to Female Students at Department of Management, State University of Gorontalo. The data analysis used simple linear regression through assistance of the SPSS program.

The research finding through t-test obtained significant value of T value $(0,000) < \alpha (0.05)$ and test value of T count $(12,080) > T \text{ table } (1,9893)$. The result was supported by the value of the regression coefficient value of 0,800 or higher than the scale of 0,05, so that it declared that Brand Image had a significant influence towards Purchase Decision of Softex at Female Students at Department of Management, State University of Gorontalo. In addition, based on the calculation of the determination coefficient, it obtained value (R^2) for 0,640, which indicates that 64% of independent variable (Brand Image) had a contribution to influence Purchase Decision of Softex at Female Students at Department of Management, State University of Gorontalo. Meanwhile, the rest 0,36 or 36% was influenced by other variables such as product quality, price, promotion, and others that were not explained and studied in the research.

Based on the research finding, it can be concluded that the result of regression test shows that the variable of Brand Image had significant influence towards Purchase Decision of Softex by referring to result of regression coefficient where T count is higher than T table and the amount of contribution for Brand Image variable in influencing Purchase Decision variable.

Keywords: *Brand Image, Purchase Decision*

