

**PENGARUH CITRA MEREK DAN *PRIVATE*
LABEL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
ALFAMART GAJAH MADA DI
KOTA BATAM**

SKRIPSI



Oleh :

Pahrin Siregar

160910313

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERABATAM
TAHUN 2020**

**PENGARUH CITRA MEREK DAN *PRIVATE*
LABEL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
ALFAMART GAJAH MADA DI
KOTA BATAM**

SKRIPSI
Untuk memenuhi salah satu syarat
Memperoleh gelar Sarjana



Oleh:
Pahrin Siregar
160910313

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM**

TAHUN 2020

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Pahrin Siregar
NPM : 160910313
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "**Skripsi**" yang saya buat dengan judul:

Pengaruh Citra Merek dan *Private* label Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Gajah Mada di Kota Batam adalah hasil karya dari sendiri dan bukan "duplikasi" dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh oranglain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka. Apabila pernyataan di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar sarjana akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam 20 Februari 2020

Pahrin Siregar
160910313

**PENGARUH CITRA MEREK DAN *PRIVATE*
LABEL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
ALFAMART GAJAH MADA DI
KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar sarjana**

**Oleh :
Pahrin Siregar
160910313**

**Telah disetujui pembimbing pada tanggal
seperti tertera dibawah ini**

Batam 20 Februari 2020

**Dr. Suhardi, S.E., M.M.
Pembimbing**

ABSTRAK

Perkembangan retail saat ini sudah cukup luas di Indonesia. Oleh karena itu banyaknya retail yang ada mampu mengurangi pengangguran di Indonesia maupun di Batam. Terdapat beberapa perusahaan retail yang ada di Batam salah satu diantaranya Alfamart, munculnya Alfamart di Kota Batam yaitu sejak tahun 2015 lalu, dengan kehadiran Alfamart di Kota Batam membuat konsumen lebih mudah berbelanja karena akses yang sangat strategis dengan masyarakat disekitarnya. Alfamart merupakan perusahaan retail minimarket terkemuka di Indonesia dengan lisensi merek dagang Alfamart, gerai ini umumnya menjual berbagai produk makanan serta minuman dan barang kebutuhan lainnya, lebih dari 200 produk makanan dan barang kebutuhan hidup lainnya tersedia dengan berbagai macam merek yang ada untuk memenuhi kebutuhan konsumen sehari-hari. Teknik sampel yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini dalam pengambilan sampel menggunakan sampel teknik probability sampling dengan menggunakan metode random sampling. Dengan jumlah kuesioner sebanyak 343 responden yang membuat keputusan pembelian untuk produk yang ditawarkan di Alfamart. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. *Private* label berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Citra Merek; *Private* Label; Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Alfamart is able to reduce unemployment in Indonesia and Batam. There are several retail companies in Batam, one of which is Alfamart, the emergence of Alfamart in Batam City since 2015, with the presence of Alfamart in Batam City, makes it easier for consumers to shop because of its very strategic access with the surrounding community. Alfamart is a leading minimarket retail company in Indonesia with the Alfamart trademark license, this outlet generally sells a variety of food and beverage products and other necessities, more than 200 food products and other living necessities are available with a variety of existing brands to meet the needs of consumers a day -day. The sampling technique used to collect data in this study in sampling using probability sampling techniques using random sampling methods. With a total number of questionnaires as many as 343 respondents who made purchasing decisions for the products offered at Alfamart. The results of this study stated that brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions. Private label has a positive and significant influence on purchasing decisions.

Keywords: *Brand Image; Private Label; Buying decision*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT berkat Rahmat, Hidayah, dan Karunia-Nya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul “Pengaruh Citra Merek dan *Private* Label Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Gajah Mada Di Kota Batam” laporan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mengerjakan skripsi pada program Strata-1 Jurusan Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam, Batam.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan proposal skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa penyusunan proposal skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si. selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Ibu Rizki Tri Anugrah Bahkti, S.H., M.H. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen;
4. Bapak Dr. Suhardi, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang tidak pernah lelah dan selalu sabar telah mendidik dan memberikan bimbingan selama masa skripsi ini;
5. Kedua orang tua yang telah memberikan doa, semangat, dan dorongan dalam menyelesaikan laporan penyusunan skripsi ini
6. Teman-teman satu angkatan yang selalu memberikan motivasi, dukungan, dan semangat.
7. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu baik langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan laporan penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-nya, amin ya robbal alamin.

Batam, 29 juli 2019

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Batasan Masalah	8
1.4 Rumusan Masalah	8
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian	9
1.6.1 Manfaat Teoritis	9
1.6.2 Manfaat Praktis	9
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Pengertian Citra Merek	11
2.1.1.2 Tingkatan Merek	13
2.1.1.3 Komponen Citra Merek	14
2.1.1.4 IndikatorCitra Merek	15

2.1.2	Pengertian <i>Private</i> Label	16
2.1.2.1	Ekuitas Merek	18
2.1.2.2	Asosiasi Merek	19
2.1.2.3	Kesadaran Merek	21
2.1.2.4	Indikator Private Label	22
2.1.3.	Pengertian Keputusan Pembelian	23
2.1.3.1	Tahap-Tahap Dalam Proses Pembelian	25
2.1.3.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	26
2.1.3.3	Struktur Keputusan Pembelian	29
2.1.3.4	Indikator Keputusan Pembelian	30
2.2	Penelitian Terdahulu	31
2.3	Kerangka Berfikir	34
2.3.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	34
2.3.2	Pengaruh <i>Private</i> Label Terhadap Keputusan Pembelian	34
2.3.3	Pengaruh Citra Merek dan <i>Private</i> label Terhadap Keputusan Pembelian	35
2.4	Hipotesis	36
BAB III	METODE PENELITIAN	37
3.1	Desain Penelitian	37
3.2	Operasional Variabel	37
3.2.1	Variabel Independen	38
3.3	Variabel Dependen	38
3.4	Populasi Dan Sampel	39
3.4.1	Populasi	39
3.4.2	Sampel	39
3.5	Teknik Pengambilan Data	40
3.6	Uji Statistik Deskriptif	42
3.7	Metode Analisis Data	43
3.7.1	Uji Kualitas Data	44
3.7.1.1	Uji Validitas	44
3.7.1.2	Uji Reliabilitas	46

3.7.2	Uji Asumsi Klasik.....	47
3.7.2.1	Uji Normalitas.....	47
3.7.2.2	Uji Multikolineritas.....	48
3.7.2.3	Uji Heteroskedastisitas.....	49
3.7.3	Uji Pengaruh.....	50
3.7.3.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	50
3.7.3.2	Analisis Koefesien Determinasi (R^2).....	50
3.7.4	Uji Hipotesis.....	51
3.7.4.1	Uji T.....	51
3.7.4.2	Uji F.....	52
3.8	Lokasi Dan Jadwal Penelitian.....	53
3.8.1	Lokasi Penelitian.....	53
3.8.2	Jadwal Penelitian.....	53
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1	Karakteristik Responden.....	54
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	55
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	56
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	57
4.2	Hasil Penelitian.....	57
4.2.1	Analisis Deskriptif.....	58
4.2.1.1	Deskriptif Variabel Citra Merek (X1).....	58
4.2.1.2	Deskriptif Variabel <i>Private</i> Label (X2).....	59
4.2.1.3	Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	61
4.3	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	63
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	65
4.4.1	Uji Normalitas.....	66
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas.....	69
4.5	Uji Pengaruh.....	70
4.5.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	70

4.6	Uji Hipotesis.....	72
4.6.1	Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	72
4.6.2	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T).....	73
4.6.3	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	74
4.7	Pembahasan.....	75

KESIMPULAN DAN SARAN.....81

5.1	Kesimpulan.....	81
5.2	Saran.....	81

LAMPIRAN

Lampiran 1. Pendukung Penelitian

Lampiran2. Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	37
Gambar 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
Gambar 4.2 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	57
Gambar 4.3 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	58
Gambar 4.4 Karakteristik Berdasarkan Penghasilan.....	59
Gambar 4.5 Diagram Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual.....	69
Gambar 4.6 Diagram Histogram Normalitas.....	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Merek Produk Yang Tidak Ada Di Alfamart Gajah Mada.....	4
Tabel 1.2 Data Produk Private Label Yang Dimiliki Alfamart.....	6
Tabel 1.3 Data Pelanggan Toko Alfamart Gajah Mada Pada Bulan Mei – September Tahun 2019.....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	40
Tabel 3.2 Skala Likert.....	44
Tabel 3.3 Rentang Nilai.....	45
Tabel 3.4 Range Validitas.....	48
Tabel 3.5 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi.....	53
Tabel 3.6 Jadwal Penelitian.....	55
Tabel 4.1 Deskriptif Variabel Citra Merek.....	60
Tabel 4.2 Deskriptif Variabel Private Label.....	62
Tabel 4.3 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	64
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Instrumen.....	66
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	67
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas variabel Keputusan Pembelian.....	70
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolonieritas.....	71
Tabel 4.8 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	72
Tabel 4.9 Hasil Persamaan Regresi.....	73
Tabel 4.10 Pengujian Hipotesis Secara Simultan.....	75
Tabel 4.11 Pengujian Hipotesis Secara Parsial.....	76
Tabel 4.12 Pengujian Koefisien Determinasi.....	77
Tabel 4.13 Hasil Penelitian.....	76

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Rumus Slovin.....	42
Rumus 3.2 Rentang Skala.....	45
Rumus 3.3 Uji Validitas.....	47
Rumus 3.4 Uji Reliabilitas.....	48
Rumus 3.5 Regresi Linier Berganda.....	52
Rumus 3.6 Uji-t.....	54
Rumus 3.7 Uji-F.....	55

