



**PENGARUH INOVASI DAN CITRA MEREK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA GROOVY  
EVENT ORGANIZER**

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Oleh:

**Nama : Kenneth Halianto**

**NIM : 21090179**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Manajemen Pemasaran



**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**OKTOBER 2013**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

**PENGESAHAN**

**PENGARUH INOVASI DAN CITRA MEREK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA GROOVY  
EVENT ORGANIZER**

Diajukan Oleh

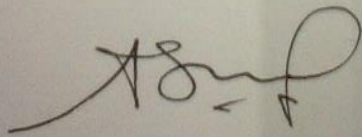
Nama : Kenneth Haliano

NIM : 21090179

Jakarta, Oktober 2013

Disetujui Oleh :

Pembimbing,



( Dergibson Siagian, Ir., M.M. )

**INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA 2013**

**© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

# ABSTRAK

Keneth Halianto/ 21090179/ 2013/ Pengaruh Inovasi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian pada Groovy Event Organizer/ Dosen Pembimbing: Dergibson Siagian, Ir.,M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi dan citra merek terhadap keputusan pembelian. Teori konsep yang digunakan untuk menyelesaikan masalah penelitian ini adalah inovasi, citra merek, dan keputusan pembelian.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden yang pernah melakukan pembelian pada *Groovy Event Organizer*. Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan adalah teknik sampling nonprobabilitas dengan metode *judgement sampling*, dimana sampel diambil dengan sengaja berdasarkan karakteristik tertentu. Teknik analisis yang digunakan adalah uji asumsi klasik, dan analisis regresi berganda melalui program *IBM SPSS Statistics 19*.

Penelitian menghasilkan temuan bahwa inovasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Inovasi, Citra Merek, dan Keputusan Pembelian



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
© 2013 oleh Kwik Kian Gie dan Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



## ABSTRACT

Kenneth Halianto / 21090179/ 2013/ *The Influence of Innovation and Brand Image On Purchase Decision at Groovy Event Organizer*/ Advisor: Dergibson Siagian,Ir.,M.M.

This study aimed to investigate the influence of innovation and brand image on purchase decision. Theory concepts used to solve the problem of this research are innovation, brand image, and purchase decision.

Sample used in this study are 100 respondents which had purchased *Groovy Event Organizer*. Sampling techniques to be used is non probability sampling technique with judgement sampling method, which sample were taken deliberately by certain characteristics. The method used to analyze the data are the assumptions of classical test , and multiple linear regression analysis through IBM program SPSS Statistics 19.

The study produced findings that innovation has a positive effect on purchase decision, and brand image has a positive effect on purchase decision

**Keywords:** Innovation, Brand Image, and Purchase Decision



© Hak Cipta dan Informasi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE  
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## KATA PENGANTAR

Ucapan syukur dan terima kasih dipanjatkan oleh peneliti kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan anugerah, kasih, berkat, lindungan dan bimbingan-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik, benar dan lancar. Adapun penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi oleh mahasiswa untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya dukungan dari semua pihak. Oleh karena itu dengan hormat peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan guna kelancaran penyusunan skripsi ini, antara lain kepada:

1. Bapak Dergibson Siagian, Ir., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dan pikirannya untuk mengarahkan, membimbing, dan memberikan nasehat serta saran baik berupa teknis maupun non teknis dalam pembuatan skripsi ini.
2. Seluruh dosen pengajar Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan, serta seluruh staf dan karyawan yang tergabung dalam lingkungan Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Terima kasih atas kerjasama dan bantuannya selama peneliti berkuliah di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.
3. Orang tua dan adik yang telah banyak memberi dukungan, doa, saran, pembelajaran, dan motivasi.





4. Judith Siera, Shelvy Syahli, Andryanto, Citra Marina, Andy Wijaya, Yosef Prastio, dan Ria Maria yang telah banyak memberikan dukungan, semangat, dan hiburan selama peneliti kuliah dan dalam proses penyelesaian skripsi ini.

5. Semua *Groovynizer* dan *Founder* yang telah membantu dalam membagikan kuesioner, yang turut membantu peneliti, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

6. Dr. Tony Sitinjak, M.M, Agus Nano dan seluruh staff BAAK dan karyawan Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, yang telah membantu proses perkuliahan dan administrasi sehingga proses penulisan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar.

7. Seluruh petugas perpustakaan yang sudah banyak membantu peneliti untuk mencari buku yang diperlukan selama mengerjakan skripsi ini.

8. Semua teman-teman dan sahabat yang telah membantu dalam membagikan kuesioner, yang turut membantu peneliti, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari pada kesempurnaan, oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar dapat menyempurnakan skripsi ini maupun untuk penelitian-penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak yang membutuhkan atau berkepentingan.

Jakarta, Agustus 2013

Peneliti,

Kenneth Halianto

# DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Rumusan Masalah Penelitian.....	3
D. Rumusan Pertanyaan Penelitian.....	4
E. Tujuan Penelitian.....	4
F. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II: TELAAH PUSTAKA & KERANGKA PEMIKIRAN.....	6
A. Pengantar.....	6
B. Telaah Pustaka.....	6
C. Kerangka Pemikiran.....	26
D. Hipotesis Penelitian.....	27
BAB III: METODOLOGI PENELITIAN.....	28
A. Pengantar.....	28
B. Desain Penelitian.....	28

© Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Penulisan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Penulisan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie





C. Objek Penelitian .....	30
<b>C</b> D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian .....	31
E. Metode Pengumpulan Data .....	33
F. Teknik Pengambilan Sampel .....	34
G. Teknik Analisis Data .....	34
<b>BAB 4 : ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b> .....	45
A. Pengantar .....	45
B. Gambaran Umum Perusahaan .....	45
C. Proses Data Screening .....	33
D. Analisis Karakteristik Responden atau Deskripsi Data .....	49
E. Hasil Penelitian .....	60
F. Pembahasan .....	62
<b>BAB 5 : KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	64
A. Kesimpulan .....	64
B. Saran .....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	66
<b>LAMPIRAN</b> ..	69

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Inovasi .....	31
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel Citra Merek .....	32
Tabel 3.3	Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian .....	33
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas Variabel Inovasi .....	47
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek .....	48
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian .....	48
Tabel 4.4	Hasil Uji Reliabilitas .....	49
Tabel 4.5	Profil Responden Berdasarkan Domisili .....	50
Tabel 4.6	Profil Responden Berdasarkan Usia .....	50
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Mengenai Inovasi.....	51
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Mengenai Citra Merek .....	53
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian.....	54
Tabel 4.10	Hasil Output Uji Normalitas.....	55
Tabel 4.11	Hasil Output Uji Kolinearitas .....	56
Tabel 4.12	Hasil Output Uji Heteroskedasitas .....	57
Tabel 4.13	Hasil Output Uji Autokorelasi.....	58
Tabel 4.14	Uji-F Regresi Ganda – Pengaruh Inovasi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	59
Tabel 4.15	Uji-t Regresi Ganda – Pengaruh Inovasi dan Citra Merek Terhadap keputusan Pembelian.....	59
Tabel 4.16	R <sup>2</sup> Regresi Ganda – Pengaruh Inovasi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	60



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian.....	27
Gambar 4.1 Skor Rata-Rata Variabel Inovasi .....	52
Gambar 4.2 Skor Rata-Rata Variabel Citra Merek.....	52
Gambar 4.3 Skor Rata-Rata Variabel Keputusan Pembelian .....	54

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : PRA KUESIONER .....	70
Lampiran 2 : KUESIONER.....	72
Lampiran 3 : INPUT DATA PRA KUESIONER .....	76
Lampiran 4 : UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS .....	77
Lampiran 5 : INPUT DATA KUESIONER .....	80
Lampiran 6 : KARTU PROSES BIMBINGAN SKRIPSI.....	83

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

