

**PENGARUH CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK UNIQLO**

(SURVEY PADA UNIQLO ONLINE STORE)

Oleh:

Nama : Ajeng Rossa Aulia Arief

NIM : 26199034

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

Maret 2022

© 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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

PENGESAHAN

PENGARUH CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK UNIQLO (SURVEY PADA UNIQLO ONLINE STORE)

Diajukan Oleh:

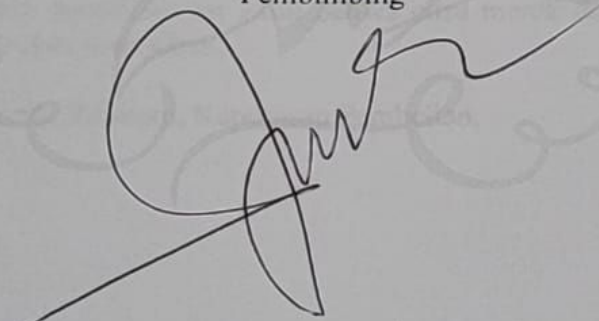
Nama : Ajeng Rossa Aulia Arief

NIM : 26199034

Jakarta, 25 Maret 2022

Disetujui Oleh:

Pembimbing



(Tumpal J.R Sitinjak, Ir., M.M)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2022

© 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

Ajeng Rossa Aulia Arief / 26199034 / 2022 / Pengaruh Citra Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (*Survey Pada Uniqlo Online Store*) / Pembimbing: Tumpal J.R Sitingak, Ir., MM.

Teknologi dan informasi dalam beberapa tahun terakhir berkembang dengan pesat dan alat komunikasi yang banyak diminati oleh masyarakat yaitu melalui internet. Salah satu yang terlihat dari perkembangan teknologi ini adalah *gadget* sehingga kecenderungan untuk terlibat dalam kegiatan *online* seperti *chat*, *e-mail*, *browsing* serta belanja online lebih mudah untuk di akses. *Fashion* dan aksesoris menempati nomor 1 produk yang dicari saat berbelanja online, Sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian citra merek dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Uniqlo melalui Uniqlo *online store*.

Teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah citra merek, promosi dan keputusan pembelian. Variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi 2 yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu citra merek dan promosi, sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini yaitu keputusan pembelian.

Objek penelitian ini adalah produk Uniqlo yang dibeli secara *online* melalui *website* ataupun aplikasi Uniqlo. Peneliti mengumpulkan data kuesioner menggunakan Google Form, penarikan sampel dengan cara *nonprobability sampling* dengan pendekatan Judgement Sampling.

Output yang dihasilkan dalam penelitian ini yaitu bahwa citra merek memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian, dan promosi memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menunjukkan bahwa responden menilai produk citra merek produk Uniqlo sudah sangat baik, promosi suah baik dan keputusan pelanggan yang baik.

Kesimpulan dalam penelitian ini yaitu bahwa citra merek dan promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Citra merek, Promosi, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Ajeng Rossa Aulia Arief / 26199034 / 2022 / *The Influence of Brand Image and Promotion On Purchasing Decisions (Survey on Uniqlo Online Store)* / Supervisor: Tumpal J.R Sitinjak, Ir., MM.

Technology and information in recent years are growing rapidly and communication tools that are much in demand by the public, namely through the internet. One of the visible developments of this technology is gadgets so that the tendency to engage in online activities such as chat, e-mail, browsing and online shopping is easier to access. Fashion and accessories occupy the number 1 product sought after when shopping online, so the author is interested in conducting brand image research and promotion of Uniqlo product purchase decisions through Uniqlo online store.

The theories used to support this research are brand image, promotion and purchasing decisions. The variables in this study are divided into 2, namely independent variables and dependent variables. The independent variables in the study were brand image and promotion, while the dependent variables in the study were purchasing decisions.

The object of this research is a Uniqlo product purchased online through the Uniqlo website or application. Researchers collected questionnaire data using Google Form, a sample withdrawal by way of nonprobability sampling with the Judgement Sampling approach.

The resulting output in the study is that brand image has a positive influence on purchasing decisions, and promotion has a positive influence on purchasing decisions. This research shows that respondents rated Uniqlo's product brand image products very well, good promotion and good customer decisions.

The conclusion in this study is that brand image and promotion have a positive influence on purchasing decisions.

Keywords: Brand image, Promotion, Purchase Decision.





6. Rani, Alifi, dan Rizqa sebagai teman yang selalu mendukung dan mendengarkan cerita penulis. Murdiansyah Nugraha, Rafa Amar F dan teman – teman HAAA lainnya.

7. Seluruh responden yang bersedia membantu peneliti untuk mengisi kuisisioner penelitian ini.

8. Member EXO yaitu Park Chan Yeol, Byun Baek Hyun, Do Kyung Soo, Kim Jun Myeon, Kim Min Seok, Kim Jong Dae, Zhang Yixing, Kim Jong In, Oh Se Hun yang telah menghibur peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

9. Kepada semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

10. *The last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, for just being me at all times.*

Penulis Menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun serta bermanfaat demi kesempurnaan penulisan skripsi ini akan disambut dengan baik. Penulis berharap laporan ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Jakarta, 1 Maret 2022

Penulis

Ajeng Rossa Aulia Arief

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR ISI

Hal

LEMBAR PENGESAHAN	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah	7
D. Batasan Penelitian	8
E. Rumusan Masalah	8
F. Tujuan Penelitian	8
G. Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	10
B. Penelitian Terdahulu.....	24
C. Kerangka Pemikiran	26
D. Hipotesis	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Objek Penelitian	29



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
© Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
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. 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



B. Desain Penelitian	29
C C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	31
D. Teknik Pemilihan Sampel	35
E. Teknik Pengumpulan Data	35
F. Teknik Analisis Data	36
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	45
B. Analisis Deskriptif	47
C. Hasil Penelitian	57
D. Pembahasan	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	60
B. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA.....	62
LAMPIRAN	64

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

	Hal
Tabel 1.1 Penjualan Uniqlo 2019-2020.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 1.....	24
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu 2.....	25
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu 3.....	26
Tabel 3.1 Dimensi Citra Merek.....	32
Tabel 3.2 Dimensi Promosi.....	33
Tabel 3.3 Dimensi Keputusan Pembelian.....	34
Tabel 3.4 Rentang Skala.....	39
Tabel 3.5 Skala Likert.....	40
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	47
Tabel 4.2 Deskripsi Variabel Citra Merek.....	50
Tabel 4.3 Deskripsi Variabel Promosi.....	51
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	52
Tabel 4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	53
Tabel 4.6 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	55
Tabel 4.7 Hasil Uji F.....	56
Tabel 4.8 Hasil Uji t.....	56
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	57

© Hak cipta dimiliki IBI KKG (Indikator Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Insitut 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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR GAMBAR

		Hal
Gambar 1.1	Penjualan <i>online</i> di Asia Tenggara	1
Gambar 1.2	Produk yang dicari dalam belanja online.....	2
Gambar 1.3	<i>Top 75 Global Retail Apparel</i> 2019	4
Gambar 1.4	<i>Top 75 Global Retail Apparel</i> 2020	5
Gambar 1.5	Keluhan Konsumen Uniqlo pada Aplikasi Uniqlo di <i>Play Store</i>	6
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	28
Gambar 4.1	Logo Perusahaan.....	46
Gambar 4.2	Logo Uniqlo.....	47

© Hakipta milik BIK (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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR LAMPIRAN

	Hal
Lampiran 1	Kuisisioner Penelitian..... 64
Lampiran 2	Data Responden Uji Validitas dan Reliabilitas..... 68
Lampiran 3	Data 100 Responden 69
Lampiran 4	Hasil SPSS Uji Validitas dan reliabilitas Citra Merek..... 72
Lampiran 5	Hasil SPSS Uji Validitas dan reliabilitas Promosi..... 73
Lampiran 6	Hasil SPSS Uji Validitas dan reliabilitas Keputusan Pembelian 74
Lampiran 7	Hasil SPSS Uji Rata-rata dan Selang Kepercayaan 95%..... 75
Lampiran 8	Hasil SPSS Uji Linear Berganda, Asumsi Klasik, uji t 76
Lampiran 9	Hasil SPSS Uji F dan Uji Koefisien Determinasi (R^2) 77
Lampiran 10	Kartu Kuning Bimbingan 78
Lampiran 11	Surat Pernyataan Keabsahan dan Keaslian Skripsi 79
Lampiran 12	Surat Originalitas 80

© 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

