

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
WINGKO 'LOE LAN ING' DI KECAMATAN BABAT LAMONGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian
Program Studi Agribisnis



Disusun Oleh :

Anita Musyawaroh
NPM : 1324010035

Kepada

FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA
2020

LEMBAR PERNYATAAN ORISINILITAS

Berdasarkan undang-undang NO. 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta dan Permendiknas No. 17 Tahun 2010 tentang Pencegahan dan Penanggulangan Plagiat di Perguruan Tinggi, maka saya yang bertandatangan ini dibawah ini :

Nama : Anita Musyawaroh
NPM : 1324010035
Program Studi : Agribisnis
Tahun Akademik : 2013/2014

Menyatakan bahwa saya tidak melakukan kegiatan plagiat dalam penulisan skripsi saya yang berjudul :

PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN WINGKO 'LOE LAN ING' DI KECAMATAN BABAT LAMONGAN

Apabila suatu saat nanti terbukti saya melakukan plagiat maka saya akan menerima sanksi yang ditetapkan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 28 Juli 2020

Yang Menyatakan



Anita Musyawaroh
NPM : 1324010035

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN WINGKO
'LOE LAN ING' DI KECAMATAN BABAT LAMONGAN**

Oleh :

Anita Musyawaroh

NPM : 1324010035

Telah direvisi pada tanggal:

29 Juli 2020

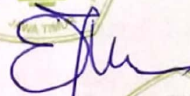
Menyetujui,

Pembimbing Utama,



Dr. Ir. Sudiyarto, MM
NIP. 19600105 198903 1001

Pembimbing Pendamping,



Dr. Ir. Endang Yektiningsih, MP
NIP. 19570516 199202 2001

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN WINGKO
'LOE LAN ING' DI KECAMATAN BABAT LAMONGAN**

Oleh :

ANITA MUSYAWAROH
NPM: 1324010035

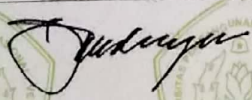
Telah diujikan pada tanggal:
29 Juli 2020

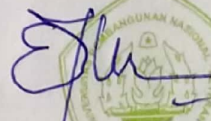
Skripsi ini Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Pertanian
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Menyetujui,

Pembimbing Utama,

Pembimbing Pendamping,



Dr. Ir. Sudiarto, MM
NIP. 19600105 198903 1001

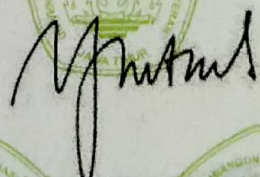

Dr. Ir. Endang Yektiningsih, MP
NIP. 19570516 199202 2001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian

Koordinator Program Studi Agribisnis


Dr. Ir. R.A. Nora Agustien K., MP
NIP. 19590824 198703 2001


Ir. Sri Widayanti, MP
NIP. 19620106 199003 2001

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufik dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan untuk penelitian guna menyusun tugas akhir dengan judul “Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Wingko “LOE LAN ING” di Kecamatan Babat”. skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan kuliah dan mendapatkan gelar Sarjana Pertanian Program Studi Agribisnis di Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini segala keberhasilan dan kesuksesan tidak lepas dari bantuan Sang Maha Kuasa dan juga tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Penulis mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua, adik, kepada Dr. Ir. Sudiyarto, MM, selaku Dosen Pembimbing Utama dan Dr. Ir. Endang Yektiningsih, MP selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang telah banyak memberikan pengarahan, motivasi, masukan dan meluangkan waktu serta tenaga dengan penuh kesabaran dan keikhlasan untuk membimbing penulis. Penulis juga menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Ir. Nora Agustien K., MP. Selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Terima asih Kepada Dr. Ir. Sudiyarto, MM. Selaku Ketua Jurusan Proram Studi Agribisnis
3. Ir. Sri Widayanti, MP. Selaku Koordinator Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Terima asih Kepada Dr. Ir. Sudiyarto, MM. Selaku Ketua Jurusan Proram Studi Agribisnis
5. Kedua orang tua saya dan saudara kandung saya yang telah banyak memberikan dukungan doa, semangat dan kasih sayang yang tak terhingga.

PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN WINGKO 'LOE LAN ING' DI KECAMATAN BABAT

ABSTRAK

Wingko 'LOE LAN ING' merupakan wingko pertama yang berdiri di Kecamatan Babat dan berbahan dasar kelapa muda. Asal mula nama wingko 'LOE LAN ING' ini berasal dari nama anak pemilik generasi pertama yang menikah dengan Go Giaw Kien, pasangan ini sebagai generasi kedua yang meneruskan usaha pembuatan wingko yang menjadi oleh-oleh khas Babat.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian di Kecamatan Babat. Dimana citra merek terdiri dari beberapa variabel desain kemasan, logo merek, nama merek, fungsi merek, dan kesan kualitas. Untuk alat analisisnya menggunakan linear berganda menggunakan IBM SPSS STATISTIC 22 For Windows.

Berdasarkan hasil penelitian hanya tiga dari lima variabel yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk wingko 'LOE LAN ING' di Babat secara signifikan. Variabel yang tidak dapat mengalami signifikan adalah variabel desain kemasan dan variabel nama merek. Variabel desain kemasan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian wingko LOE LAN ING karena responden kebanyakan membeli bukan karena desain kemasan yang menurut mereka sama saja dengan desain kemasan wingko merek lain, untuk bahan yang digunakan desain kemasannya ini juga termasuk yang standart dan warna yang digunakan juga cenderung tidak cerah. Sedangkan untuk variabel nama merek yang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian wingko 'LOE LAN ING' ini dikarenakan nama yang digunakan terlalu sulit untuk di hapal dan diucapkan.

Kata Kunci: Wingko 'LOE LAN ING', Citra Merek, Keputusan Pembelian

THE EFFECT OF THE BRAND IMAGE ON THE DECISION OF PURCHASING 'LOE LAN ING' WINGKO IN KECAMATAN BABAT

ABSTRACT

Wingko 'LOE LAN ING' is the first wingko that stands in Babat District and is made from young coconut. The origin of the name 'LOE LAN ING' wingko comes from the name of the first generation owner's son who married Go Giaw Kien, this couple as the second generation who continued the business of making Wingko which became a typical souvenir of Babat.

This study aims to analyze the effect of brand image on purchasing decisions in Babat District. Where the brand image consists of several packaging design variables, brand logos, brand names, brand functions, and the impression of quality. For analysis tools using multiple linear use IBM SPSS STATISTIC 22 For Windows.

Based on the results of the study only three of the five variables can significantly influence the purchase decision of 'LAN ING' wingko products in Babat. Variables that cannot be significantly experienced are packaging design variables and brand name variables. The packaging design variable has no significant effect on LOE LAN ING's purchasing decisions because most respondents buy it not because the packaging design they think is the same as other brand wingko packaging designs, for the materials used in the packaging design also include the standard and the colors used also tend to not bright. As for brand name variables that do not significantly influence the purchase decision of 'LOE LAN ING' wingko because the name used is too difficult to memorize and pronounce.

Keywords: Wingko 'LOE LAN ING', Brand Image, Purchasing Decision

6. Semua teman-temanku yang selalu mensupport agar skripsi saya segera di selesaikan.
7. Semua sahabat dan teman-temanku kos-kosan yang sangat membantu dalam memberi suntikan semangatnya serta waktu luangnya dalam membantu penulis serta semua pihak yang terikat yang tidak bisa di sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan sesuatu yang berguna bagi penulis pada khususnya serta bagi para pembaca pada umumnya.

Surabaya, Juli 2020

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	6
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori	11
2.2.1 Perilaku Konsumen	11
2.2.2 Merek	14
2.2.3 Wingko	17
2.2.4 Citra Merek	21
2.2.5 Keputusan Pembelian	30
2.3 Hubungan Antara Citra Merek Dengan Keputusan Pembelian	41
2.4 Kerangka Pemikiran	42
2.5 Hipotesis	44
III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Penentuan Lokasi Penelitian	45
3.2 Penentuan Sampel Penelitian	45
3.3 Metodologi Pengumpulan Data	46

3.4	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	47
3.5	Metode Analisis Data	51
IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN	60
4.1	Gambaran Umum Kecamatan Babat	61
4.1.1	Sejarah Wingko 'LOE LAN ING'	62
4.1.2	Citra Merek	64
4.1.3	Produk Wingko 'LOE LAN ING'	66
4.2	Karakteristik Konsumen Wingko 'LOE LAN ING'	69
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	71
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	72
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan..	73
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	75
4.2.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	76
4.2.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan..	77
4.3	Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas	79
4.3.1	Uji Validitas	79
4.3.2	Uji Reliabilitas	81
4.4	Analisis Regresi Linear Berganda	81
4.4.1	Estimasi Model Regresi Linear	81
4.4.2	Uji Asumsi Klasik	82
4.4.3	Uji Kelayakan Model (Uji F)	89
4.4.4	Uji Kofisien Regresi (Uji t)	90
4.4.5	Koefisien Determinasi	91
4.4.6	Interprestasi Model	92
4.5	Kepuasan Pembelian	94
V.	SIMPULAN DAN SARAN	95
5.1	Simpulan	95

5.2	Saran	96
	DAFTAR PUSTAKA	97
	LAMPIRAN	99

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1	Data Penjualan Wingko 'LOE LAN ING' Setahun	3
Tabel 2.1	Kandungan Gizi Daging Kelapa Muda	18
Tabel 2.2	Kandungan Kimia Tepung Ketan	19
Tabel 2.3	Komposisi Zat Gula Pasir	20
Tabel 3.1	Operasional Variabel	49
Tabel 3.2	Identitas Umum Konsumen Wingko 'LOE LAN ING'	52
Tabel 4.1	Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin di Kecamatan Babat	62
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	71
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	72
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	73
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	75
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	76
Tabel 4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan	78
Tabel 4.9	Uji Validitas	79
Tabel 4.10	Uji Reliabilitas	80
Tabel 4.11	Uji Normalitas	83
Tabel 4.12	Uji Heteroskedastisitas	86
Tabel 4.13	Uji Multikolinieritas.....	87
Tabel 4.14	Autokorelas	88
Tabel 4.15	Uji f	89
Tabel 4.16	Uji t	90
Tabel 4.17	Koefisien Determinasi	91
Tabel 4.18	Interprestasi Model	92

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen	12
Gambar 2.2 Proses Pengambilan Keputusan	31
Gambar 2.3 Alur Kerangka Pemikiran	44
Gambar 4.1 Toko Wingko 'LOE LAN ING'	64
Gambar 4.2 Barang-barang yang dijual di Toko Wingko 'LOE LAN ING'	65
Gambar 4.3 Kemasan Wingko 'LOE LAN ING'	66
Gambar 4.4 Kue Wingko 'LOE LAN ING'	68
Gambar 4.5 Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Scatterplot	86

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	106
Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner	118
Lampiran 3 Output Regresi Linear Berganda	112