

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK DAN IKLAN
TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PT GARUDA
INDONESIA, TBK.**

TUGAS AKHIR



**Rendy Satria Koreri Krey
1111001075**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
MARET 2017**

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK DAN IKLAN
TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PT GARUDA
INDONESIA, TBK.**

TUGAS AKHIR

**Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Universitas Bakrie**



**Rendy Satria Koreri Krey
1111001075**


**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
MARET 2017**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Rendy Satria Koreri Krey

NIM : 1111001075

TandaTangan : 

Tanggal : Maret 2017

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Rendy Satria Koreri Krey
NIM : 1111001075
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Citra Merek dan Iklan terhadap
Minat Beli Ulang Konsumen PT Garuda Indonesia,
Tbk.

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dominica Arni Widyastuti, S. E., M. M.
Penguji : Holila Hatta, S. Pd., M. M.
Penguji : Muchsin Saggaff Shihab, M. Sc., MBA, Ph. D.



Ditetapkan di: Jakarta

Tanggal : Maret 2017

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan Tugas Akhir yang berjudul “Analisis Pengaruh Citra Merek dan Iklan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen PT Garuda Indonesia, Tbk.” dengan baik dan lancar sesuai yang direncanakan. Penulisan Tugas Akhir ini disusun sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana strata satu Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Penulis menyadari dalam penyusunan Tugas Akhir ini mendapatkan bantuan, bimbingan dan dukungan dari banyak pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dominica Arni Widyastuti, S. E., M. M. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga dalam memberikan ilmu, arahan, saran, dan bimbingan yang sangat bermanfaat selama penyusunan dan penyempurnaan Tugas Akhir ini;
2. Holila Hatta, S. Pd., M. M. selaku Dosen Pembahas Tugas Akhir yang telah memberikan bimbingan, saran, dan motivasi yang bermanfaat selama penyusunan Tugas Akhir ini;
3. Muchsin Saggaff Shihab, M. Sc., MBA., Ph. D., selaku Dosen Penguji Tugas Akhir yang telah memberikan bimbingan, saran dan motivasi yang bermanfaat saat penyusunan Tugas Akhir ini;
4. Muhammad Taufiq Amir, S. E., M. M., Ph. D., selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmu, bimbingan, saran, dan motivasi yang bermanfaat selama masa perkuliahan berlangsung;
5. Kedua orang tua tercinta, Max Richard Funmawi Krey, S. T. dan Juanita Brenda Margaretha Sahetapy, S. E. dan Keluarga yang senantiasa memberikan do’a, motivasi, nasihat, serta dukungan tiada henti kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini;
6. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dan memberikan dukungannya dalam pembuatan Tugas Akhir ini.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulis berharap semoga penulisan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat dan menjadi referensi dalam kemajuan ilmu pendidikan.

Jakarta, Maret 2017

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rendy Satria Koreri Krey

NIM : 1111001075

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Riset Bisnis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Analisis Pengaruh Citra Merek dan Iklan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen PT Garuda Indonesia, Tbk.

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : Maret 2017

Yang menyatakan



Rendy Satria Koreri Krey

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK DAN IKLAN TERHADAP
MINAT BELI ULANG KONSUMEN PT GARUDA INDONESIA, TBK.**

Rendy Satria Koreri Krey¹

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji analisis citra merek dan iklan terhadap minat beli ulang pada konsumen maskapai penerbangan PT Garuda Indonesia, Tbk. Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis linear berganda dengan sampel yang diambil adalah sebanyak 122 responden dengan teknik pengambilan *purposive sampling*. Data yang diperoleh merupakan data primer yang merupakan hasil dari jawaban responden atas kuesioner yang diberikan. Dari uji analisis yang dilakukan dalam penelitian ini, hasil menunjukkan bahwa secara parsial, variabel citra merek dan iklan keduanya memiliki pengaruh signifikan positif terhadap minat beli ulang konsumen Garuda Indonesia. Hasil penelitian juga menunjukkan variabel citra merek dan iklan secara bersamaan berpengaruh signifikan positif terhadap minat beli ulang. Pada penelitian ini, variabel iklan terbukti lebih dominan, oleh karena itu disarankan perlu dilakukan penelitian lebih lanjut dengan variabel lain seperti harga, kualitas produk, pelayanan, dan lainnya.

Kata kunci: citra merek, iklan, minat beli ulang.

¹ Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bakrie

***ANALYSIS OF EFFECT OF BRAND IMAGE AND ADVERTISING TO
REPURCHASE INTENTION OF PT GARUDA INDONESIA, TBK.***

Rendy Satria Koreri Krey²

ABSTRACT

This study aims to examine the analysis of brand image and advertising on repurchase intention of airline Garuda Indonesia. The study uses multiple linear regression with samples taken are 122 respondents by using purposive sampling method. The data obtained is the primary data that is the result of the respondents' answers to the questionnaire given. The results show that brand image and advertising have significant positive effect on repurchase intention of Garuda Indonesia's consumers partially. The results also show that brand image and advertising variables simultaneously have significant positive effect on repurchase intention. In advertising was found dominant. It is suggested that further researches on price, product quality, services, etc. are needed.

Keywords: brand image, advertising, repurchase intention.

² Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bakrie

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang Penelitian	1
1.2	Identifikasi Masalah	7
1.3	Rumusan Masalah	7
1.4	Tujuan Penelitian.....	7
1.5	Manfaat Penelitian.....	8
1.6	Ruang Lingkup Penelitian.....	8

BAB II TINJAUAN TEORITIS

2.1	Landasan Teori.....	9
2.1.1	Merek.....	9
2.1.2	Citra Merek.....	10
2.1.3	Iklan.....	12
2.1.3.1	Tujuan Iklan.....	13
2.1.3.2	Media Periklanan.....	14
2.1.3.3	Dimensi Iklan	16
2.1.4	Minat Beli.....	17
2.1.5	Minat Beli Ulang.....	18

2.2	Hipotesis dan Kerangka Pemikiran	19
-----	--	----

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Rancangan Penelitian	24
3.1.1	Sumber Data	24
3.1.2	Populasi	25
3.1.3	Sampel	25
3.2	Spesifikasi Variabel Penelitian	26
3.2.1	Variabel Dependen	26
3.2.2	Variabel Independen	26
3.3	Definisi Operasional Variabel	26
3.4	Alat Ukur Penelitian	28
3.5	Metode Analisis Data	29
3.5.1	Uji Realibilitas	29
3.5.2	Uji Validitas	29
3.5.3	Asumsi Klasik	30
3.5.3.1	Uji Normalitas	30
3.5.3.2	Uji Heterokedastisitas	31
3.5.3.3	Uji Multikolinieritas	31
3.5.4	Analisis Linier Berganda	32
3.5.5	Koefisien Determinasi R^2	32
3.5.6	Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)	33
3.5.7	Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	33

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Karakteristik Responden	33
4.1.1	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	33
4.1.2	Karakteristik Responden berdasarkan Usia	34
4.1.3	Karakteristik Responden berdasarkan Waktu Penerbangan terakhir Menggunakan Maskapai Garuda Indonesia	35
4.2	Analisis Deskriptif Data	36

4.2.1	Analisi Deskriptif Jawaban Responden tentang Citra Merek	36
4.2.2	Analisis Deskriptif Jawaban Responden Tentang Iklan.....	37
4.2.3	Analisis Deskriptif Jawaban Responden Tentang Minat Beli Ulang.....	38
4.3	Metode Analisis Data	39
4.3.1	Uji Realibilitas	39
4.3.2	Uji Validitas	40
4.4	Analisis Linear Berganda.....	42
4.5	Uji Asumsi Klasik	43
4.5.1	Uji Normalitas	43
4.5.2	Uji Heteroskedastisitas	44
4.5.3	Uji Multikolinieritas	45
4.6	Hasil Pengujian Hipotesis	46
4.6.1	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	46
4.6.2	Analisis Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t).....	47
4.6.3	Analisis Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	48
4.7	Pembahasan.....	50
4.7.1	Hasil Hipotesis Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang	50
4.7.2	Hasil Hipotesis Pengaruh Iklan terhadap Minat Beli Ulang	50
4.7.3	Hasil Hipotesis Pengaruh Citra Merek dan Iklan terhadap Minat Beli Ulang	51
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan.....	52
5.2	Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA		xv
LAMPIRAN.....		xx

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Media Periklanan.....	15
Tabel 2.2	Dimensi Iklan	16
Tabel 3.1	Definisi Operasional.....	25
Tabel 4.1	Hasil Analisis Deskriptif Citra Merek.....	36
Tabel 4.2	Hasil Analisis Deskriptif Iklan.....	37
Tabel 4.3	Hasil Analisis Deskriptif Minat Beli.....	38
Tabel 4.4	Uji Realibilitas Variabel.....	39
Tabel 4.5	Nilai Corrected Item Total Correlation.....	40
Tabel 4.6	Uji Regresi Linear Berganda.....	42
Tabel 4.7	Uji Multikolinieritas.....	46
Tabel 4.8	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	47
Tabel 4.9	Perhitungan Nilai Uji t	48
Tabel 4.10	Hasil Analisis Uji F	49
Tabel 4.11	Rangkuman Hasil Penelitian	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Garuda Indonesia.....	4
Gambar 1.2 Iklan Garuda Indonesia	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	21
Gambar 4.1 Data Responden berdasarkan Jenis Kelamin	33
Gambar 4.2 Data Responden berdasarkan Usia.....	34
Gambar 4.3 Data Responden berdasarkan Waktu Penerbangan terakhir Menggunakan Maskapai Garuda Indonesia.....	35
Gambar 4.4 Grafik Histogram Uji Normalitas.....	43
Gambar 4.5 Grafik P-Plot Uji Normalitas	44
Gambar 4.6 Grafik Scatterplot Uji Heteroskedastisitas	45
Gambar 4.7 Uji Multikolinieritas.....	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	xx
Lampiran 2 Hasil SPSS.....	xxv
Lampiran 3 Hasil Jawaban Kuesioner.....	xxxiii
Lampiran 4 R Tabel	xxxvi
Lampiran 5 t Tabel.....	xxxix