

**PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MESIN DIGITAL *PRINTING* PADA PT ASTRA GRAPHIA TBK
(STUDI KASUS : MESIN MULTIFUNGSI
FUJI XEROX)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi**



FITRIA MAIRANI

1221913002

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2024**

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 : Fitria Mairani

NIM : 1221913002

Tanda Tangan : 

Tanggal : 16 Februari 2024

HALAMAN PENGESAHAN

Proposal Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Fitria Mairani

NIM : 1221913002

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Digital *Printing* Pada PT Astra Graphia Tbk (Studi Kasus: Mesin Multifungsi Fuji Xerox)

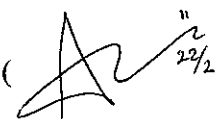
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Nina Widyawati, M.Si

()

Penguji 1 : Annisa Fitriana Lestari, S.I.K., M.Si

()

Penguji 2 : Eli Jamilah Mihardja, Ph.D

()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 16 Februari 2024

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis kirimkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nina Widyawati, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
2. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, dan;
3. Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 16 Februari 2024



Fitria Mairani

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Fitria Mairani
NIM : 1221913002
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

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:

PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MESIN DIGITAL *PRINTING* PADA PT ASTRA GRAPHIA TBK (STUDI KASUS: MESIN MULTIFUNGSI FUJI XEROX)

beserta 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 : 16 Februari 2024

Yang Menyatakan



Fitria Mairani

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN REVISI SEMINAR PROPOSAL	ii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
DAFTAR ISI	v
ABSTRACT	xi
<i>ABSTRACT</i>	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Teoritis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKAN DAN HIPOTESIS	12
2.1 Teori yang Relevan	12
2.1.1 Pengertian Merek	12
2.2.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	15
2.3.1 Keputusan Pembelian	20
2.4.1 Hubungan Antara Citra Merek (<i>Brand Image</i>) Dengan Keputusan Pembelian	25
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Hipotesis	26
2.3 Model Kerangka Hipotesis	35
2.4 Hipotesis Teori	36
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Metode Penelitian	38
3.2 Populasi dan Sampling	38
3.2.1 Populasi	38
3.2.2 Sampling	38
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	40
3.4 Definisi Konseptual, Variabel dan Operasionalisasi Variabel	42

3.5 Teknik Pengujian Keabsahan Data	46
3.6 Teknik Analisis Data.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	52
4.2 Hasil Pengujian Keabsahan Data.....	54
4.2.1 Uji Validitas	54
4.2.2 Uji Reliabilitas	55
4.2.3 Analisis Deskriptif Karakteristik Responden.....	56
4.2.4 Analisis Deskriptif Variabel X dan Y.....	60
4.2.5 Hasil Uji Asumsi Klasik Regresi	88
4.2.6 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	90
4.2.7 Hasil Uji Hipotesis	94
4.3 Pembahasan	96
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	104
5.1 Simpulan.....	104
5.2 Saran.....	105
DAFTAR PUSTAKA	106

DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Sebelumnya	28
3.1 Data Pembelian Mesin Multifungsi Fuji Xerox 2020 – 2023	37
3.2 Operasionalisasi Variabel	42
4.1 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i> (X)	51
4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	52
4.3 Hasil Uji Reliabilitas	53
4.4 Distribusi Karakteristik Jabatan Responden	54
4.5 Distribusi Karakteristik Industri Perusahaan	54
4.6 Distribusi Karakteristik Lama Perusahaan Bekerja Sama dengan PT Astra Graphia Tbk	55
4.7 Distribusi Karakteristik Type Mesin Yang Digunakan.....	56
4.8 Interpretasi Rata-Rata Jawaban Responden.....	57
4.9 Pendapat Responden terkait Popularitas Perusahaan 1	61
4.10 Pendapat Responden terkait Popularitas Perusahaan 2.....	62
4.11 Pendapat responden terkait Kredibilitas Perusahaan 2.1	62
4.12 Pendapat responden terkait Kredibilitas Perusahaan 2.2	63
4.13 Pendapat responden terkait Jaringan Perusahaan 3.1	64
4.14 Pendapat responden terkait Jaringan Perusahaan 3.2	64
4.15 Total Akumulatif Variabel X Dimensi Citra Pembuat(X_1).....	65
4.16 Pendapat responden terkait Loyalitas 4.1	66
4.17 Pendapat responden terkait Loyalitas 4.2	67
4.18 Pendapat responden terkait Pengguna 5.1.....	67
4.19 Pendapat responden terkait Pengguna 5.2.....	68
4.20 Pendapat responden terkait Kepercayaan 6.1.....	69
4.21 Pendapat responden terkait Kepercayaan 6.2.....	69
4.22 Total Akumulatif Varibael Dimensi Citra Pemakai (X_2).....	70
4.23 Pendapat responden terkait Atribut 7.1	71
4.24 Pendapat responden terkait Atribut 7.2	72
4.25 Pendapat responden terkait Manfaat 8.1	73
4.26 Pendapat responden terkait Manfaat 8.1	73

4.27 Pendapat responden terkait Jaminan 9.1	74
4.28 Pendapat responden terkait Jaminan 9.2	75
4.29 Pendapat responden terkait Service 10.1	75
4.30 Pendapat responden terkait Service 10.2	76
4.31 Pendapat responden terkait Service 10.3	77
4.32 Total Akumulatif Variabel Dimensi Citra Produk (X_3)	77
4.33 Pendapat responden terkait Model Mesin Digital <i>Printing</i>	79
4.34 Pendapat responden terkait Spesifikasi Teknis	80
4.35 Pendapat responden terkait Fitur-Fitur Khusus.....	80
4.36 Pendapat responden terkait Ukuran dan Berat Mesin.....	81
4.37 Pendapat responden terkait Desain Estetika atau Tampilan Visual.....	82
4.38 Pendapat responden terkait Bentuk Ergonomis atau Kemudahan Penggunaan Mesin	82
4.39 Pendapat responden terkait Kualitas dan Reputasi di Pasar.....	83
4.40 Pendapat responden terkait Pengalaman Penggunaan Mesin	84
4.41 Pendapat responden terkait Reputasi Penjual dalam Menyediakan Produk Berkualitas	84
4.42 Pendapat responden terkait Tingkat Pelayanan yang Diberikan	85
4.43 Pendapat responden terkait Ketersediaan Produk saat Urgensi	86
4.44 Total Akumulatif Variabel Y	87
4.45 Hasil Uji Normalitas	89
4.46 Hasil Uji Multikolinearitas.....	89
4.47 Hasil Uji Heteroskedastisitas	90
4.48 Hasil Persamaan Regresi Linear Berganda	91
4.49 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	92
4.50 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	93
4.51 Hasil Uji F.....	94
4.52 Hasil Uji t	94

DAFTAR GAMBAR

1.1 Pertumbuhan Industri Kertas dan Percetakan (Q2/2021 – Q2/2023).....	4
1.2 Peringkat Mesin Percetakan di Indonesia Berdasarkan <i>Top Brand Index</i>	7
2.1 Model Lima Tahap Proses Keputusan Pembelian.....	20
2.2 Model Kerangka Hipotesis.....	34