

**Pengaruh *Brand Image* Soup N Film Terhadap Pengambilan
Keputusan Pembelian Jasa Cuci *Film* dan *Scan***

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**



Adhiguna Pradhana Kusmurdianto

1171903039

**MARKETING COMMUNICATION
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2019**

HALAMAN PERNYATAAN ORISIONALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya milik saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikuti maupun dirujuk telah saya nyatakan benar

Nama : Adhiguna Pradhana Kusmurdianto

NIM : 1171903039

Tanda Tangan :



Tanggal : 12 Agustus 2019

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Adhiguna Pradhana Kusmurdianto
NIM : 1171903039
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image* Soup N Film Terhadap
Pengambilan Keputusan Pembelian Jasa Cuci Film dan
Scan

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Prima Mulyasari A., S.Sos, M.Si



Penguji 1 : Dra. Suharyanti, M.S.M



Penguji 2 : Dessy Kania, B.A., M.A

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 12 Agustus 2019

HALAMAN UCAPAN TERIMA KASIH

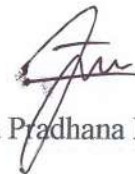
Puji syukur atas kehadiran Allah SWT karena hanya dengan rahmat dan hidayah-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir (skripsi) yang berjudul: “PENGARUH BRAND IMAGE SOUP N FILM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA CUCI FILM DAN SCAN”. Dalam menyelesaikan penulisan tugas akhir (skripsi) ini, penulis dibantu oleh berbagai pihak-pihak yang senantiasa membantu penulis dan mendukung penulis dalam menyelesaikan laporan ini. Untuk itu, penulis mengucapkan terimakasih sebesar- besarnya kepada pihak-pihak yang telah terlibat dalam penulisan tugas akhir (skripsi) ini, yaitu:

1. Allah S.W.T
2. Keluarga penulis, Ibu, Bapak, Terima kasih telah menjadi orang tua tercinta yang selalu memperhatikan, memberikan semangat, dukungan dan doa kepada penulis untuk tetap bersyukur, tawakal, rajin, semangat dan selalu bersabar. Dan terima kasih atas cinta yang tidak pernah berhenti kepada penulis, sehingga penulis bisa optimis dan berjuang hingga menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Ibu Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing tugas akhir yang senantiasa dalam membimbing dan mendorong penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini, serta tidak pernah lelah meluangkan waktunya untuk memberikan saran-saran dan memberikan ide-ide pikirannya di tengah kesibukan beliau sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Dessy Kania, B.A., M.A selaku dewan penguji 2 sidang akhir dan pembahas sidang proposal yang telah memberikan masukan dan arahan yang jelas sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
5. Dra. Suharyanti, M.S.M selaku dewan penguji 1 sidang akhir yang telah memberikan masukan dan arahan yang jelas sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

6. Soup N Film, Khususnya Jerry Surya selaku pemilik Soup N Film yang telah membantu maupun memberi kesempatan penulis untuk mendapatkan pengalaman dan riset selama penulis menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Sekar Arumi Astri, Terima kasih yang setiap hari selalu memberikan semangat, motivasi, doa yang tiada henti diberikan kepada penulis. Dan terima kasih juga sudah selalu sabar, setia menemani/ mendengar keluhan ataupun kesedihan yang dilontarkan oleh penulis selama menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Dika Reladi dan Rifqi Nabih selaku teman dari SMA hingga sekarang yang setia mendukung dan memberikan doa selalu yang terbaik kepada penulis.
9. Rekan-rekan Kelas Karyawan Prodi Ilmu Komunikasi Jurusan Marketing Communication Batch 8 Universitas Bakrie. Terima kasih atas waktu suka maupun duka yang telah dihabiskan bersama selama 3 semester ini, dan terutama kepada teman-teman peminatan marketing communication, terima kasih atas kebaikan dan dorongan semangat yang diberikan kepada penulis selama menyelesaikan perkuliahan.
10. Seluruh Responden yang telah membantu menjawab seluruh pernyataan dalam skripsi ini.
11. Pihak lain yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu yang telah membantu saya dalam proses penyelesaian Tugas Akhir ini.

Akhir kata, saya menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk dapat menyempurnakan Tugas Akhir ini dikemudian hari. Kiranya penelitian ini dapat membawa manfaat bagi civitas akademik Universitas Bakrie dan pembaca sekalian.

Jakarta, 12 Agustus 2019



Adhiguna Pradhana Kusmurdianto

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Adhiguna Pradhana Kusmurdianto
NIM : 1171903039
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Pengaruh *Brand Image* Soup N Film Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Jasa Cuci *Film* dan *Scan*

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

“Pengaruh *Brand Image* Soup N Film Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Jasa Cuci *Film* dan *Scan*”

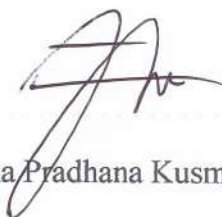
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 31 Juli 2019

Yang menyatakan,



Adhiguna Pradhana Kusmurdianto

Pengaruh *Brand Image* Soup N Film Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Jasa Cuci *Film* dan *Scan*

Adhiguna Pradhana Kusmurdianto

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh brand image Soup N Film terhadap pengambilan keputusan pembelian jasa cuci film dan scan. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah brand image yang terdiri dari dimensi citra pembuat, citra produk dan citra pemakai. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian yang terdiri dari dimensi pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, jumlah pembelian, waktu pembelian dan metode pembayaran. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif kausal dengan menggunakan sampel sebanyak 127 responden konsumen Soup N Film. Berdasarkan hasil penelitian, jika variabel brand image memiliki pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji koefisien korelasi ganda (R) sebesar 0,637 yang berarti bahwa variabel *brand image* Soup N Film berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian jasa cuci *film* dan *scan*. Sementara pada uji koefisien determinasi (R^2) menghasilkan angka sebesar 40.6% yang menunjukkan bahwa keputusan pembelian jasa cuci *film* dan *scan* di Soup N Film dipengaruhi oleh *brand image*. Sedangkan sisanya sebesar 59.4% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci: Brand Image, Keputusan Pembelian, Kuantitatif Kausal

Pengaruh *Brand Image* Soup N Film Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Jasa Cuci *Film* dan *Scan*

Adhiguna Pradhana Kusmurdianto

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Soup N Film brand image on making purchasing decisions on film washing and scan services. The independent variable used in this study is brand image which consists of dimensions of the image of the maker, product image and user image. While the dependent variable in this study is a purchasing decision consisting of product choice dimensions, brand choice, channel choice, purchase amount, purchase time and payment method. The research method used in this study is a quantitative causal research method using a sample of 127 consumers of Soup N Film. Based on the results of the study, if the brand image variable has an influence on the purchase decision variable. This can be seen from the results of the multiple correlation coefficient (R) test of 0.637 which means that the variable brand image of Film N Soup influences the decision to purchase film washing services and scans. While the coefficient of determination test (R²) produces a figure of 40.6% which indicates that the decision to purchase film washing services and scans in Soup N Film is influenced by the brand image. While the remaining 59.4% is explained by other factors not examined.

Keywords: Brand Image, Purchasing Decision, Quantitative Causal

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pernyataan Orisinalitas.....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Halaman Ucapan Terima Kasih.....	iv
Halaman Pernyataan Persetujuan Publikasi.....	vi
Abstrak.....	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Gambar.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS.....	12
2.1 Review Penelitian sebelumnya.....	12
2.2 Posisi Penelitian.....	26
2.3 Tinjauan Pustaka.....	26
2.3.1 Komunikasi Pemasaran.....	26
2.3.2 <i>Consumer Behaviour</i>	27
2.3.3 Merek	31
2.3.4 Brand Image	31
2.3.4.1 Faktor Pembentuk Citra Merek.....	33
2.3.4.2 Indikator Citra Merek	34
2.3.5 Keputusan Pembelian.....	36
2.3.5.1 Faktor-faktor Keputusan Pembelian.....	37
2.3.5.2 Indikator Keputusan Pembelian	38

2.3.5.3	Dimensi Keputusan Pembelian	40
2.4	Kerangka Berpikir.....	43
2.5	Hipotesis.....	44
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		45
3.1	Metode Penelitian	45
3.2	Populasi dan Sampling	45
3.2.1	Populasi	45
3.2.2	Sampel.....	46
3.3	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	48
3.3.1	Sumber Data.....	48
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data	48
3.4	Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Variabel	49
3.5	Teknik Analisis Data.....	50
3.5.1	Analisis Deskriptif	51
3.5.1	Analisis Linear Regresi Sederhana	51
3.6	Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	52
3.6.1	Uji Validitas.....	52
3.6.2	Uji Reabilitas	52
3.7	Keterbatasan Penelitian.....	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		54
4.1	Gambaran Penelitian.....	54
4.1.1	Profil Soup N Film.....	54
4.1.2	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	55
4.2	Hasil Penelitian.....	57
4.2.1	Karakteristik Responden	57
4.2.2	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	62
4.2.3	Deskripsi Jawaban Responden	63
4.2.3.1	Variabel Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	63
4.2.3.2	Variabel Keputusan Pembelian	67
4.2.4	Kumulatif X dan Y	76
4.2.4.1	Kumulatif Variabel <i>Brand Image</i>	76
4.2.4.2	Kumulatif Variabel Keputusan Pembelian ..	77

4.2.5	Hasil Validitas dan Realibilitas	78
4.2.5.1	Uji Validitas	78
4.2.5.2	Uji Realibilitas	79
4.2.6	Hasil Pengujian Regresi Linear Sederhana	79
4.2.6.1	Uji R^2	79
4.2.6.2	Uji F.....	80
4.2.6.3	Uji T.....	81
4.2.6.4	Regresi Linear Sederhana	82
4.3	Pembahasan	83
4.3.1	Variabel <i>Brand Image</i> Soup N Film	83
4.3.2	Variabel Pengambilan Keputusan Pembelian Jasa Cuci <i>Film</i> dan <i>Scan</i>	85
4.3.3	Pengaruh <i>Brand Image</i> Soup N Film Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Cuci Film dan Scan	88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		90
5.1	Kesimpulan.....	90
5.2	Saran	91
5.2.1	Saran Akademis	91
5.2.2	Saran Praktis	91
DAFTAR PUSTAKA		92
DAFTAR LAMPIRAN		96

DAFTAR TABEL

2.1	Jurnal Penelitian Sebelumnya.....	15
3.1	Dimensi dan Indiaktor Variabel.....	49
3.2	Penilaian Skala Likert.....	50
4.1	Jawaban Pada Dimensi Citra Pembuat.....	63
4.2	Jawaban Pada Dimensi Citra Produk.....	64
4.3	Jawaban Pada Dimensi Citra Pemakai.....	66
4.4	Jawaban Pada Dimensi Pilihan Produk.....	67
4.5	Jawaban Pada Dimensi Pilihan Merek.....	68
4.6	Jawaban Pada Dimensi Pilihan Penyalur.....	70
4.7	Jawaban Pada Dimensi Jumlah Pembelian.....	72
4.8	Jawaban Pada Dimensi Waktu Pembelian.....	74
4.9	Jawaban Pada Dimensi Metode Pembayaran.....	75
4.10	Kategori <i>Brand Image</i> (X).....	76
4.11	Kategori Keputusan Pembelian (Y).....	77
4.12	Hasil Uji Realibilitas X.....	79
4.13	Hasil Uji Realibilitas Y.....	79
4.14	Hasil Uji R^2	80
4.15	Hasil Uji F.....	81
4.16	Hasil Uji T.....	81
4.17	Regresi Linear Sederhana.....	82

DAFTAR GAMBAR

1.1	Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia Berdasarkan Usia	2
1.2	Logo Soup N Film.....	5
1.3	Platform Media Sosial Paling Aktif Diakses Oleh Pengguna Internet di Indonesia.....	6
1.4	Tampilan Instagram Soup N Film.....	8
1.5	Poster Eksepsi Pameran Fotografi Analog Yang Diadakan Oleh Soup N Film.....	9
2.1	Model <i>Consumer Behaviour</i>	28
3.1	Rumus Slovin	47
3.2	Rumus Linier Sederhana	51
4.1	Tampak depan <i>offline store</i> Soup N Film Jakarta.....	55
4.2	Tampak dalam <i>offline store</i> Soup N Film Jakarta (Area Kasir)	55
4.3	Tampak dalam <i>offline store</i> Soup N Film Jakarta (Area Ruang Tunggu)	56
4.4	Tampak dalam <i>offline store</i> Soup N Film Jakarta (Area Ruang Tunggu)	56
4.5	Diagram Jenis Kelamin	57
4.6	Diagram Umur/Usia	58
4.7	Diagram Tempat Tinggal.....	59
4.8	Diagram Pekerjaan	59
4.9	Diagram Pendapatan Per Bulan	60
4.10	Diagram Pengeluaran Per Bulan	61
4.11	Diagram Pemakaian Soup N Film.....	62

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 <i>Mini Survey</i>	96
LAMPIRAN 2 Kuisisioner Penelitian.....	100
LAMPIRAN 3 Hasil Uji Validitas.....	104
LAMPIRAN 4 Tabel Kumulatif Jawaban Responden Pada Dimensi <i>Brand Image (X)</i>	105
LAMPIRAN 5 Tabel Kumulatif Jawaban Responden Pada Dimensi Keputusan Pembelian (Y).....	109