

**PENGARUH CITRA PASAR SENEN SEBAGAI DESTINASI BELANJA
OPTIK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen,
Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie



KAREL ALDORA

1171003201

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

JAKARTA


2024

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : **Karel Aldora**

Nim : **1171003201**

Tanda Tangan : 

Tanggal : **10 Februari 2024**

Universitas Bakrie


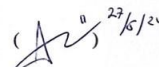

HALAMAN PENGESAHAN PROPOSAL SKRIPSI

Proposal Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Karel Aldora
NIM : 1171003201
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : **PENGARUH CITRA PASAR SENEN SEBAGAI
DESTINASI BELANJA OPTIK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN**

Telah berhasil dipertaruhkan dihadapan 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 : Eli Jamilah Miharja, S.S., M.Si., Ph.D, CICS ()
Penguji 1 : Annisa fitriana lestari S.I.K, M.Si ()^{27/5/24}
Penguji 2 : Ajenk Ningga Citra., S.Sos., M.Si ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 10 Februari 2024

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur saya ucapkan atas kehadiran Allah SWT, karena dengan rahmat dan karunianya lah saya masih diberikan kesempatan untuk menyusun dan menyelesaikan tugas akhir ini sesuai dengan waktu yang telah ditentukan dengan judul **“PENGARUH CITRA PASAR SENEN SEBAGAI DESTINASI BELANJA OPTIK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN”** ini dengan baik. Penyusunan tugas akhir ini disusun dalam rangka untuk meraih gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie.

Selama proses penulisan dan penyelesaian laporan ini, penulis banyak memperoleh bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, melalui kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, yang memberikan Kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini.
2. Kedua orang tua penulis yang tak henti-hentinya memberikan doa dan dukungan hingga dapat menyelesaikan laporan kerja magang ini.
3. Dra. Suharyanti, MSM, selaku Ketua Program Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie
4. Eli Jamilah Miharja, S.S, M.Si., Ph.D, CICS selaku dosen pembimbing Skripsi yang dengan sabar membimbing penulis
5. Para Sahabat yang telah memberikan semangat, menemani dan menghibur penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Jakarta, 10 Februari 2024



Karel Aldora

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Karel Aldora
NIM : 1171003201
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-Fee Rights*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“PENGARUH CITRA PASAR SENEN SEBAGAI DESTINASI BELANJA
OPTIK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/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 : 10 Februari 2024

Yang Menyatakan



Karel Aldora

**PENGARUH CITRA PASAR SENEN SEBAGAI DESTINASI BELANJA
OPTIK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

Karel Aldora

ABSTRAK

Destinasi belanja di Jakarta sangat banyak, salah satunya adalah Pasar Senen yang merupakan salah satu pasar tradisional yang telah menjadi ikonik di Jakarta, Indonesia. Sebagai pusat perdagangan yang menjual pakaian, aksesoris, onderdil kendaraan, makanan hingga jajanan pasar yang tentunya memiliki sejarah panjang, Pasar Senen telah menarik perhatian banyak pengunjung, baik dari dalam maupun luar kota. Salah satu sektor yang menonjol di pasar ini adalah bidang perdagangan optik yang menyediakan berbagai macam produk kacamata, lensa kontak, dan aksesoris optik lainnya. Terdapat 12 optik di pasar tersebut yang bisa menjadikan Pasar Senen sebagai destinasi optik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Citra Pasar Senen Sebagai Destinasi Belanja Optik Terhadap Keputusan Pembelian. Metode yang dipilih adalah kuantitatif dengan Analisis Deskriptif yang digunakan untuk menjawab tujuan penelitian pertama. Dengan demikian, kesimpulan dari pernyataan tersebut adalah bahwa sementara Citra Merek memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian, pengaruhnya yang signifikan secara statistik dan pasar senen sudah sepenuhnya memenuhi syarat sebagai destinasi belanja optik yang ideal

Kata Kunci: Merek, Citra Merek, Keputusan Pembelian

***THE INFLUENCE OF PASAR SENEN'S IMAGE AS AN OPTICAL
SHOPPING DESTINATION ON PURCHASING DECISIONS***

Karel Aldora

ABSTRACT

Shopping destinations in Jakarta are plentiful, and one of them is Pasar Senen, which is one of the traditional markets that has become iconic in Jakarta, Indonesia. As a trading center selling clothes, accessories, vehicle parts, food, and traditional snacks, all with a long history, Pasar Senen has attracted the attention of many visitors, both local and from out of town. One prominent sector in this market is the optical trade, offering a variety of products such as glasses, contact lenses, and other optical accessories. There are 12 optical shops in the market, making Pasar Senen a destination for optical needs. This study aims to determine the Influence of the Image of the Senen Market as an Optical Shopping Destination on Purchasing Decisions. The method chosen is quantitative with Descriptive Analysis used to answer the objectives of the first study. Thus, the conclusion of the statement is that while Brand Image has a positive influence on purchasing decisions, its influence is not statistically significant and the Senen market has not fully qualified as An ideal optical shopping destination.

Keywords: Brand, Brand Image, Purchasing Decision

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR BAGAN.....	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
BAB II.....	7
KERANGKA PEMIKIRAN	7
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Penelitian Sebelumnya	7
2.2 Tinjauan Pustaka	12
2.3 Kerangka Pemikiran.....	18
2.4 Hipotesis.....	19
BAB III.....	21
METODOLOGI PENELITIAN.....	21
3.1 Desain dan Pendekatan	21
3.2 Populasi dan Sampling.....	21
3.2.1 Populasi	21
3.2.2 Sampel.....	21

3.3	Pengumpulan Data dan Pengukuran	22
3.3.1	Pengumpulan Data	22
3.3.2	Pengukuran Data	22
3.4	Teknik Analisis Data.....	23
3.4.1	Analisis Statistik Deskriptif	23
3.4.2	Analisis Regresi Linier Sederhana	24
3.5	Validasi Data.....	24
3.5.1	Uji Validitas	24
3.5.2	Uji Reliabilitas	24
3.5.3	Uji Asumsi Klasik.....	24
3.6	Operasionalisasi Variabel.....	25
3.6.1	Variabel Penelitian	25
3.6.2	Operasional Tabel	25
BAB IV		28
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		28
4.1	Analisis Karakteristik Responden	Error! Bookmark not defined.
4.2	Uji Instrumen	29
4.2.1	Uji Validitas	29
4.2.2	Uji Reliabilitas	29
4.2.3	Uji Normalitas	30
4.3	Analisis Regresi Linier Sederhana	31
4.4	Uji Hipotesis.....	33
4.4.1	Uji Parsial (Uji t).....	33
4.4.2	Uji Koefisien Determinasi (R ²)	34
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian	34
BAB V.....		37
KESIMPULAN DAN SARAN.....		37
5.1	Kesimpulan	37

5.2 Saran	37
DAFTAR PUSTAKA	39

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pasar Senen 2

DAFTAR TABEL

Table 2.1 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Penelitian Sebelumnya	9
Table 3.1 Operasionalisasi Konsep Tabel	26
Table 4.1 Karakteristik Responden	28
Table 4.2 Uji Validitas	29
Table 4.3 Uji Reliabilitas	30
Table 4.4 Uji Normalitas	30
Table 4.5 Uji Regresi Linier Sederhana	31
Table 4.6 Uji Parsial t	33
Table 4.7 Koefisien Determinasi (R^2)	34

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran..... 19