

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN  
MEMILIH SMP ISLAM YTM 1 BOGOR**

**TUGAS AKHIR**

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian  
Memperoleh Gelar Ahli Madya Pada Jurusan Manajemen Pemasaran  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Oleh:

**MUHAMMAD FADILLAH FEBRIANSYAH**  
**NIM: 61404021000275**



**PROGRAM DIPLOMA III**  
**JURUSAN MANAJEMEN PEMASARAN**  
**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI**  
**DEPOK**  
**2024**



JURUSAN MANAJEMEN PEMASARAN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI  
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Berjudul

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN  
MEMILIH SMP ISLAM YTM 1 BOGOR**

Oleh:

Nama : MUHAMMAD FADILLAH FEBRIANSYAH  
NIM : 61404021000275  
Program Studi : Manajemen Pemasaran

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 14 Agustus 2024

Dosen Pembimbing

Menyetujui,  
Ketua jurusan manajemen Pemasaran

Gena Prasetya Noor, S.H., M.M

Dian Rusmana, S.E.,M.M

Mengesahkan,  
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S



JURUSAN MANAJEMEN PEMASARAN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI  
DEPOK

Tugas Akhir Berjudul

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN  
MEMILIH SMP ISLAM YTM 1 BOGOR**

Oleh:

Nama : MUHAMMAD FADILLAH FEBRIANSYAH  
NIM : 61404021000275  
Program Studi : Manajemen Pemasaran

Telah Dipertahankan di hadapan Sidang Tim Penguji Tugas Akhir, pada:

Hari : Rabu  
Tanggal : 14 Agustus 2024  
Waktu : 11.00 – 12.00 WIB

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Tugas Akhir

Ketua : Sugiharto, S.H., M.M (.....)  
Anggota : Mega Indah Edityawati, S.E., M.M (.....)

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Manajemen Pemasaran

Dian Rusmana, S.E.,M.M

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : MUHAMMAD FADILLAH FEBRIANSYAH  
NIM : 61404021000275  
Jurusan : Manajemen Pemasaran  
Nomor KTP : 3271031502030005  
Tempat, Tanggal Lahir : Bogor, 15 Februari 2003  
Alamat : Lebak Kantin RT01/RW06 Kelurahan Sempur  
Kecamatan Bogor Tengah Kota Bogor

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Tugas akhir yang berjudul Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Memilih SMP ISLAM YTM 1 Bogor ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (*plagiat*).
2. Memberikan izin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalihmediakan atau mengalihformatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan tugas akhir ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan maupun tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk dicopot gelar Ahli Madya saya apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 14 Agustus 2024

MUHAMMAD FADILLAH FEBRIANSYAH

## ABSTRAK

**MUHAMMAD FADILLAH FEBRIANSYAH. NIM 61404021000275. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Memilih SMP ISLAM YTM 1 Bogor.**

---

Pendidikan dianggap sebagai salah satu bagian didalam pengembangan Sumber Daya Manusia yang unggul, berkarakter, berkualitas serta berdaya saing sebagai langkah untuk memajukan peradaban sebuah bangsa. Semangat tersebut kemudian diterjemahkan oleh para pegiat pendidikan untuk mendirikan lembaga pendidikan dalam rangka membantu pemerintah untuk pemerataan akses pendidikan yang mudah, murah, dan berkualitas. Banyaknya jumlah lembaga pendidikan di masyarakat ini kemudian memberikan berbagai alternatif pilihan bagi siswa untuk menentukan lembaga pendidikan mana yang sesuai dengan minat, bakat, dan cita-cita dimasa depan. Didalam proses seleksi berbagai alternatif tersebut, terdapat banyak faktor yang menjadi dasar pemilihan lembaga pendidikan nantinya. Terutama bagi tingkat pendidikan SMP yang keputusan memilihnya masih dipengaruhi oleh keputusan orang tua, oleh karena itu perlunya menciptakan citra merek yang baik di sebuah sekolah.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Memilih SMP ISLAM YTM 1 Bogor. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode penelitian survei serta teknik pengumpulan data berupa kuesioner. Model analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana. Pemilihan sampel dilakukan dengan cara *purposive sampling*. Adapun sampel tersebut berjumlah 75 responden.

Hasil *Adjusted R Square* menunjukkan bahwa 54,5% faktor-faktor keputusan memilih dapat dijelaskan oleh citra merek sedangkan sisanya 45,5% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih SMP ISLAM YTM 1 Bogor dengan nilai hasil analisis  $t_{hitung}$  (9,467) dimana  $t_{tabel}$  (1,666) maka secara parsial variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih SMP ISLAM YTM 1 Bogor.

**Kata Kunci: Citra Merek, Keputusan Memilih.**

## **ABSTRAK**

**MUHAMMAD FADILLAH FEBRIANSYAH. NIM 61404021000275. *The Influence of Brand Image on the Decision to Choose SMP ISLAM YTM 1 Bogor.***

---

*Education is considered one of the parts in the development of superior, characterful, quality and competitive Human Resources as a step to advance the civilization of a nation. This spirit was then translated by education activists to establish educational institutions in order to help the government for equal access to easy, cheap, and quality education. The large number of educational institutions in this community then provides various alternative options for students to determine which educational institution is in accordance with their interests, talents, and aspirations in the future. In the selection process of these various alternatives, there are many factors that are the basis for choosing an educational institution later. Especially for the junior high school education level whose decision to choose is still influenced by the decision of parents, therefore it is necessary to create a good brand image in a school.*

*The purpose of this study is to find out and analyze the Influence of Brand Image on the Decision to Choose SMP Islam YTM 1 Bogor. The type of research used is quantitative research with survey research methods and data collection techniques in the form of questionnaires. The data analysis model used is a simple linear regression analysis. Sample selection was carried out by purposive sampling. The sample amounted to 75 respondents.*

*The results of the Adjusted R Square show that 54.5% of the factors of choosing decision can be explained by brand image while the remaining 45.5% can be explained by other factors that were not examined in this study. The results of the t-test showed that the brand image variable had a positive and significant effect on the decision to choose SMP ISLAM YTM 1 Bogor with the value of the results of the analysis of tcount (9,467) where the ttable (1,666). Therefore, partially, the brand image variable has a positive and significant effect on the decision to choose SMP ISLAM YTM 1 Bogor.*

***Keywords: Brand image, Choosing Decision.***

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa penulis panjatkan karena berkat rahmat, taufik, hidayah serta inayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dan Tugas Akhir ini tepat pada waktunya. Shalawat serta salam juga penulis haturkan untuk junjungan kita semua, Nabi Muhammad SAW dengan harapan kita semua mendapatkan syafaatnya di hari pembalasan nanti.

Penelitian dengan judul Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Memilih SMP ISLAM YTM 1 Bogor ini disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Ahli Madya pada Jurusan Manajemen Pemasaran Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.

Dalam proses penulisannya, tentunya penulis dibantu oleh banyak pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang kepada:

1. Bapak Mildy Rifa'i, S.E selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Bapak Dian Rusmana, S.E M.M selaku Ketua Jurusan Manajemen Pemasaran Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI Business School.
4. Bapak Gena Prasetya Noor, S.H, M.M selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah dengan sabar bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga penulis selesai menyusun Tugas Akhir ini.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya Jurusan Manajemen Pemasaran yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah dengan penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar penulis hingga penulis bisa menjadi seorang Diploma Tiga Manajemen Pemasaran seperti sekarang ini.
6. Para Staff dan Karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.
7. Ibu Tetik Purwati, S.Ag. M.Pd selaku Kepala Sekolah SMP ISLAM YTM 1 Bogor yang telah mengizinkan serta membantu dan menyemangati untuk melakukan penelitian ini.

8. Ibu Mariam, S.Pd selaku Waka. Kurikulum SMP ISLAM YTM 1 Bogor yang telah membantu dan menyemangati dalam proses penyusunan ini.
9. Seluruh Guru dan Karyawan Tata Usaha SMP ISLAM YTM 1 Bogor yang telah membantu dan menyemangati dalam penyusunan ini.
10. Ayahanda Amin dan Ibunda Ridawati tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan Tugas Akhir ini dengan baik.
11. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa Tugas Akhir ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh sebab itu penulis selalu mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca semuanya. Harapannya, di masa yang akan datang nanti penulis mampu menulis dengan lebih baik lagi. Akhir kata sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga dan semoga kita semua selalu diberikan kesuksesan. Aamiin.

Depok, 14 Agustus 2024

MUHAMMAD FADILLAH FEBRIANSYAH  
NIM.61404021000275



# DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| LEMBAR JUDUL .....                             | i    |
| LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN .....        | ii   |
| LEMBAR SIDANG .....                            | iii  |
| PERNYATAAN.....                                | iv   |
| ABSTRAK .....                                  | v    |
| <i>ABSTRACT</i> .....                          | vi   |
| KATA PENGANTAR .....                           | vii  |
| DAFTAR ISI.....                                | ix   |
| DAFTAR TABEL.....                              | xi   |
| DAFTAR GAMBAR .....                            | xii  |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                           | xiii |
| <br>   |      |
| <b>BAB I. PENDAHULUAN</b>                      |      |
| 1.1. Latar Belakang Masalah .....              | 1    |
| 1.2. Identifikasi Masalah .....                | 6    |
| 1.3. Pembatasan Masalah .....                  | 6    |
| 1.4. Perumusan Masalah.....                    | 6    |
| 1.5. Tujuan Penelitian .....                   | 6    |
| 1.6. Manfaat Penelitian.....                   | 7    |
| 1.7. Sistematika Penulisan.....                | 7    |
| <br>   |      |
| <b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b>                |      |
| 2.1 Landasan Teori .....                       | 9    |
| 2.1.1 Manajemen Pemasaran .....                | 9    |
| 2.1.1.1 Proses Manajemen Pemasaran .....       | 9    |
| 2.1.1.2 Fungsi Manajemen Pemasaran.....        | 11   |
| 2.1.2 Citra Merek .....                        | 12   |
| 2.1.2.1. Indikator Citra Merek .....           | 13   |
| 2.1.2.2. Fungsi Citra Merek .....              | 14   |
| 2.1.2.3. Manfaat Citra Merek .....             | 15   |
| 2.1.3 Pengambilan Keputusan.....               | 16   |
| 2.1.3.1. Indikator Pengambilan Keputusan ..... | 16   |
| 2.1.3.2. Aspek Pengambilan Keputusan .....     | 18   |
| 2.1.3.3. Faktor Pengambilan Keputusan .....    | 18   |
| 2.2 Penelitian Terdahulu.....                  | 19   |
| 2.3 Kerangka Konseptual .....                  | 23   |
| 2.4 Hipotesis.....                             | 24   |
| <br>   |      |
| <b>BAB III. METODOLOGI PENELITIAN</b>          |      |
| 3.1. Tempat dan Waktu Penelitian .....         | 25   |
| 3.2. Jenis dan Metode Penelitian .....         | 25   |
| 3.3. Populasi dan Sampel Penelitian.....       | 26   |
| 3.3.1 Populasi.....                            | 26   |
| 3.3.2 Sampel.....                              | 26   |
| 3.4. Teknik Pengumpulan Data .....             | 28   |
| 1. Kuisisioner .....                           | 28   |
| 2. Wawancara .....                             | 28   |

|   |           |
|---|-----------|
| 3. Observasi .....                              | 28        |
| 3.5. Definisi Operasional Variabel .....        | 29        |
| 3.5.1. Variabel Bebas .....                     | 29        |
| 1. Citra Merek (X) .....                        | 29        |
| 3.5.2. Variabel Terikat .....                   | 30        |
| 1. Keputusan Memilih (Y) .....                  | 30        |
| 3.6. Teknik Analisis Data .....                 | 32        |
| 3.6.1. Skala dan Angka Penafsiran .....         | 32        |
| 3.6.2. Persamaan Regresi .....                  | 34        |
| 3.6.3. Uji Kualitas Data .....                  | 34        |
| 1. Uji Validitas .....                          | 35        |
| 2. Uji Reliabilitas .....                       | 35        |
| 3.6.4. Uji Asumsi Klasik .....                  | 36        |
| 1. Uji Normalitas .....                         | 36        |
| 2. Uji Heteroskedastisitas .....                | 36        |
| 3.6.5. Uji Hipotesis .....                      | 37        |
| 1. Koefisien Determinasi (R) .....              | 37        |
| 2. Uji Parsial .....                            | 37        |
| <br>  |           |
| <b>BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN</b>             |           |
| 4.1 Hasil Penelitian .....                      | 39        |
| 4.1.1 Gambaran Umum SMP ISLAM YTM 1 Bogor ..... | 39        |
| 4.1.2 Visi Dan Misi SMP ISLAM YTM 1 Bogor ..... | 39        |
| 4.1.3 Karakteristik Responden .....             | 42        |
| 4.1.4 Tanggapan Responden .....                 | 43        |
| 1. Citra Merek (X) .....                        | 43        |
| 2. Keputusan Memilih (Y) .....                  | 46        |
| 4.1.5 Hasil Uji Kualitas Data .....             | 49        |
| 1. Uji Validitas .....                          | 49        |
| 2. Uji Reliabilitas .....                       | 51        |
| 4.1.6 Hasil Uji Asumsi Klasik .....             | 51        |
| 1. Uji Normalitas .....                         | 51        |
| 2. Uji Heteroskedastisitas .....                | 52        |
| 4.1.7 Hasil Uji Hipotesis .....                 | 53        |
| 1. Persamaan Regresi Linear Sederhana .....     | 54        |
| 2. Koefisien Determinasi .....                  | 54        |
| 3. Hasil Uji t (Parsial) .....                  | 55        |
| 4.2 Pembahasan .....                            | 57        |
| <br>  |           |
| <b>BAB V. SIMPULAN DAN SARAN</b>                |           |
| 5.1. Simpulan .....                             | 58        |
| 5.2. Saran .....                                | 58        |
| <br>  |           |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                     | <b>60</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>                           | <b>62</b> |

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 1.1. Jumlah Keseluruhan Siswa .....                            | 3  |
| Tabel 1.2. Data Observasi Nama dan Merek SMP ISLAM YTM 1 Bogor ..... | 4  |
| Tabel 1.3. Data Observasi SMP Swasta Dikota Bogor .....              | 5  |
| Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu .....                                | 21 |
| Tabel 3.1. Jadwal Penelitian.....                                    | 25 |
| Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel.....                        | 31 |
| Tabel 3.3. Skala Pengukuran .....                                    | 32 |
| Tabel 3.4. Angka Penafsiran .....                                    | 33 |
| Tabel 4.1. Karakteristik Responden .....                             | 42 |
| Tabel 4.2. Tanggapan Responden Atas Citra Merek .....                | 44 |
| Tabel 4.3. Tanggapan Responden Atas Keputusan Memilih.....           | 46 |
| Tabel 4.4. Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek .....            | 50 |
| Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Memilih.....       | 50 |
| Tabel 4.6. Hasil Uji Reliabilitas .....                              | 51 |
| Tabel 4.7. Hasil Uji Regresi Sederhana .....                         | 54 |
| Tabel 4.8. Keofisien Determinasi.....                                | 54 |
| Tabel 4.9. Hasil Uji t (Uji Parsial) .....                           | 55 |

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 1.1. Jumlah Keseluruhan Siswa .....                  | 2  |
| Gambar 2.1. Kerangka Konseptual .....                       | 24 |
| Gambar 4.1. Struktur Organisasi SMP ISLAM YTM 1 Bogor ..... | 41 |
| Gambar 4.2. Hasil Uji Normalitas.....                       | 53 |
| Gambar 4.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....             | 54 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|   |    |
|---|----|
| Lampiran 1. Surat Keterangan Penelitian ..... | 62 |
| Lampiran 2. Kuisisioner Penelitian .....      | 63 |
| Lampiran 3. Tabulasi Data.....                | 66 |
| Lampiran 4. Hasil Output SPSS.....            | 68 |
| Lampiran 5. Kartu Bimbingan .....             | 74 |
| Lampiran 6. Hasil Plagiarisme Penelitian..... | 75 |
| Lampiran 7. Daftar Riwayat Hidup.....         | 76 |
| Lampiran 8. Tabel T.....                      | 77 |
| Lampiran 9. Tabel R. Product Moment .....     | 78 |