

**HUBUNGAN ANTARA CITRA MEREK DENGAN  
MINAT MEMBELI PRODUK MAKANAN  
OLEH-OLEH KHAS SOLO**

**SKRIPSI**

Disusun Guna Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Dalam Mencapai Derajat Sarjana S-1 Psikologi



Diajukan oleh:

**Yusuf Wibisana**  
**F 100 990 288**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2011**

**HUBUNGAN ANTARA CITRA MEREK DENGAN  
MINAT MEMBELI PRODUK MAKANAN  
OLEH-OLEH KHAS SOLO**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh  
Derajat Sarjana S-1 Psikologi

**Diajukan oleh :**

**Yusuf Wibisana**  
**F 100 990 288**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2011**

**HUBUNGAN ANTARA CITRA MEREK DENGAN  
MINAT MEMBELI PRODUK MAKANAN  
OLEH-OLEH KHAS SOLO**

Disusun oleh:

**Yusuf Wibisana**  
**F 100 990 288**

Telah disetujui untuk dipertahankan  
di depan Dewan Penguji oleh:

Pembimbing Utama

**Yudhi Satria Restu, S.Psi, M.Si**

Tanggal 15 – 7 – 2011

**HUBUNGAN ANTARA CITRA MEREK DENGAN  
MINAT MEMBELI PRODUK MAKANAN  
OLEH-OLEH KHAS SOLO**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

**Yusuf Wibisana**  
**F 100 990 288**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Pada Tanggal 29 Juli 2011  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Penguji I

**Yudhi Satria Restu, S.Psi, M.Si**

\_\_\_\_\_

Penguji II

**Drs. Soleh Amini Yahman, M.Si**

\_\_\_\_\_

Penguji III

**Susatyo Yuwono, S.Psi, M.Si, Psi**

\_\_\_\_\_

Surakarta, ..... 2011  
Universitas Muhammadiyah Surakarta  
Fakultas Psikologi  
Dekan,

(Susatyo Yuwono, S.Psi, M.Si, Psi)

## **SURAT PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini, dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Saya juga menyatakan bahwa hasil karya ini adalah benar-benar karya saya pribadi, sama sekali tidak melakukan plagiat ataupun meminta jasa pembuatan skripsi dari pihak lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan segala kesungguhan. Apabila di lain waktu ditemukan hal-hal yang bertentangan dengan pernyataan saya, maka saya bersedia menerima konsekuensinya. Surat Pernyataan ini merupakan bentuk tanggung jawab moral saya sebagai penulis/peneliti kepada Tuhan Yang Maha Esa.

Surakarta,            2011

Yang menyatakan

Yusuf Wibisana

## **MOTTO**

Jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah SWT  
bersama orang-orang yang sabar”

**(Q. S. Al Baqarah : 153)**

Ilmu manusia sangat sedikit dan terbatas.  
Segala yang diketahui oleh manusia karena kehendak Allah jua.

**(Q. S. Al Baqarah : 255)**

## **PERSEMBAHAN**

Karya sederhana ini penulis persembahkan kepada :

- ✍ Orangtua dan Istri penulis
- ✍ Almamater Fak. Psikologi
- ✍ Semua Pembaca

## KATA PENGANTAR



*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Alhamdulillah, syukur kehadiran Allah SWT, atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya karya ini dapat terwujud. Sungguh tiada kekuatan dan daya upaya tanpa kehendak-Nya.

Penulis menyadari bahwa selama ini, proses penulisan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis mengucapkan rasa terima kasih yang tidak terkatakan kepada orang tua penulis, ibu yang telah memberi dorongan dan doa'nya serta restunya yang terus mengalir mengiringi langkah penulis.

Pada kesempatan ini pula, dengan segala kerendahan dan ketulusan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Susatyo Yuwono, S.Psi, M.Si, Dekan Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
2. Bapak Yudhi Satria Restu, S.Psi, M.Si, pembimbing utama yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan serta petunjuk yang bermanfaat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Seluruh staf pengajar Fakultas Psikologi UMS yang telah memberikan bekal ilmu akademik yang bermanfaat bagi penulis hingga terselesaikannya studi di Fakultas Psikologi UMS, serta staf administrasi Fakultas Psikologi yang membantu kelancaran administrasi.



4. Ibu Prapti Dewi Cahyani, selaku pemilik Pusat Oleh-oleh Aneka Gorengan “JM” Surakarta yang telah memberi izin dan kesempatan penulis melakukan penelitian.
5. Seluruh konsumen Pusat Oleh-oleh Aneka Gorengan “JM” Surakarta yang telah bersedia menjadi responden penelitian.
6. Bapak dan Ibu tercinta yang tak henti-hentinya memberikan doa, kasih sayang, kesabaran, dan pengertian setiap saat sehingga penulis dapat menyelesaikan studi..
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas jasa serta kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis selama ini. Amin. Harapan penulis semoga karya sederhana ini dapat memberikan sumbangan dan bermanfaat khususnya bagi perkembangan ilmu psikologi.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Surakarta, 2011

Penulis

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN SAMPUL DEPAN .....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
SURAT PERNYATAAN .....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
ABSTRAK .....	xv
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Tujuan Penelitian .....	8
C. Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II. LANDASAN TEORI</b>	
A. Minat Membeli .....	9
1. Pengertian minat membeli .....	9
2. Aspek-aspek minat membeli .....	12
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat membeli .....	14
B. Citra Merek .....	19
1. Pengertian citra merek .....	19

2. Aspek-aspek citra merek .....	23
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi citra merk .....	25
C. Hubungan antara Citra Merek dengan Minat Membeli .....	27
D. Hipotesis .....	31
<b>BAB III. METODE PENELITIAN</b>	
A. Identifikasi Variabel Penelitian .....	32
B. Definisi Operasional Variabel .....	32
C. Populasi Sampel dan Teknik Sampel .....	33
1. Populasi .....	33
2. Sampel .....	33
3. Sampling .....	33
D. Metode Pengumpulan Data .....	34
E. Validitas dan Reliabilitas .....	36
1. Validitas .....	36
2. Reliabilitas .....	38
F. Metode Analisis Data .....	39
<b>BAB IV. LAPORAN PENELITIAN</b>	
A. Persiapan Penelitian .....	40
1. Orientasi kancah penelitian .....	40
2. Penyusunan alat pengumpul data .....	41
B. Pelaksanaan Penelitian .....	44
1. Penentuan subjek penelitian .....	44
2. Pelaksanaan penelitian .....	44
3. Pelaksanaan skoring untuk uji validitas .....	46

4. Perhitungan validitas dan reliabilitas .....	47
5. Pelaksanaan skoring untuk uji hipotesis .....	48
C. Uji Asumsi .....	49
D. Analisis Data .....	50
1. Analisis product moment .....	50
2. Analisis uji t .....	51
3. Sumbangan efektif .....	51
4. Kategorisasi .....	52
E. Pembahasan .....	55
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan.....	60
B. Saran-saran.....	60
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	62
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
1. <i>Blue Print</i> Skala Minat Membeli .....	34
2. Komposisi Aitem Skala Citra Merek .....	35
3. <i>Blue Print</i> Skala Citra Merek .....	42
4. <i>Blue Print</i> Skala Minat Membeli .....	43
5. Susunan Aitem Skala Citra Merek yang Valid dan Gugur .....	47
6. Sebaran Aitem Skala Minat Membeli yang Valid dan Gugur .....	48
7. Rangkuman Hasil Validitas dan Reliabilitas .....	48
8. Rangkuman Hasil Uji Asumsi dan Uji Hipotesis .....	52
9. Kriteria, Frekuensi dan Persentase Citra Merek .....	53
10. Kriteria, Frekuensi dan Persentase Skala Minat Membeli .....	54

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
A Data Butir dan Hasil Perhitungan Validitas-Reliabilitas Skala Citra Merek .....	
B. Data Butir dan Hasil Perhitungan Validitas-Reliabilitas Skala Minat Membeli .....	
C. Uji Asumsi Normalitas Sebaran dan Linieritas Hubungan .....	
D. Hasil Analisis <i>Product Moment</i> .....	
E. Hasil Uji Homogenitas Variansi 1-Jalur .....	
F. Hasil Uji-t Antar Kelompok .....	
G. Kurva Kategorisasi .....	
H. Skala Penelitian .....	
I. Surat Ijin Penelitian dan Surat Bukti Penelitian .....	

## ABSTRAKSI

### HUBUNGAN ANTARA CITRA MEREK DENGAN MINAT MEMBELI PRODUK MAKANAN OLEH-OLEH KHAS SOLO

Minat membeli adalah pemusatan perhatian terhadap sesuatu yang disertai dengan perasaan senang terhadap sesuatu barang, kemudian minat individu tersebut menimbulkan keinginan sehingga timbul perasaan yang meyakinkan bahwa barang tersebut mempunyai manfaat sehingga individu ingin memiliki barang tersebut dengan cara membayar (mengganti) dengan uang. Banyak faktor yang mempengaruhi minat membeli, salah satunya yaitu citra merek. Secara khusus Citra merek atau *brand image* produk JM belum terbangun secara kuat dan menjadi produk yang mampu membedakannya dari produk-produk pesaing yang masuk wilayah Solo, sehingga para wisatawan lokal maupun asing tidak mengenal secara pasti produk apa saja yang merupakan makanan khas Solo.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1) hubungan citra merek dengan minat membeli produk makanan oleh-oleh khas; 2) tingkat atau kondisi citra merek dan minat membeli produk makanan oleh-oleh khas Solo. Hipotesis yang diajukan adalah ada hubungan positif antara citra merek dengan minat membeli.

Subjek penelitian adalah wisatawan baik domestik atau asing yang singgah atau membeli Oleh-oleh Khas Solo di Toko Aneka Gorengan Songgalan, Pajang Laweyan Surakarta, dengan ciri-ciri : a) usia minimal 18 tahun, b) pelanggan dan wisatawan (luar Solo), c) bersedia mengisi skala yang dibagikan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive insidental non random sampling*. Alat pengumpulan data yang digunakan yaitu skala citra merek dan skala minat membeli, teknik analisis data menggunakan korelasi *product moment*.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien korelasi ( $r$ ) sebesar 0,464;  $p = 0,000$  ( $p < 0,01$ ). Hasil tersebut menunjukkan ada hubungan positif yang sangat signifikan antara citra merek dengan minat membeli. Sumbangan efektif citra merek terhadap minat membeli sebesar 21,5%. Citra merek pada subjek penelitian tergolong tinggi, minat membeli pada subjek penelitian tergolong tinggi.

Kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah ada hubungan positif yang sangat signifikan antara citra merek dengan minat membeli. Semakin tinggi citra merek maka semakin tinggi minat membeli, begitu sebaliknya semakin rendah citra merek maka semakin rendah minat membeli.