



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019*

**Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian di Perusahaan**  
**Naripan Motor Body Repair**

Skripsi

Oleh

Ignatius Joseph

2015320057

Pembimbing

James Rianto Situmorang, Drs., M.M.

Bandung

2019

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



**Universitas Katolik Parahyangan**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

**Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian di Perusahaan**

**Naripan Motor Body Repair**

**Skripsi**

**Oleh**

**Ignatius Joseph**

**2015320057**

**Bandung**

**2019**

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Ignatius Joseph  
Nomor Pokok : 2015320057  
Judul : Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian di  
Perusahaan Naripan Motor Body Repair

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Rabu, 18 Desember 2019  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**

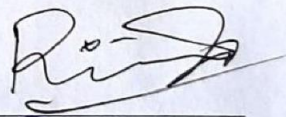
**Ketua sidang merangkap anggota**

Marihot Tua Effendi, Drs., M.Si



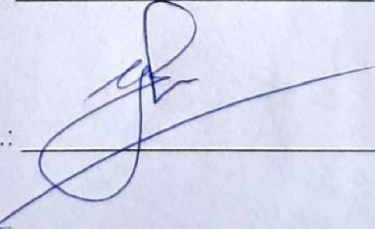
**Sekretaris**

James Rianto Situmorang, Drs., M.M.

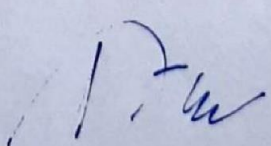


**Anggota**

Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si.



Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

  
Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ignatius Joseph  
NPM : 2015320057  
Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis  
Judul : Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan  
Pembelian di Perusahaan Naripan Motor Body  
Repair

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat dari pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, November 2019



Ignatius Joseph

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitiannya yang berjudul “Pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian di Perusahaan Naripan Motor Body Repair”. Penelitian ini ditujukan untuk memenuhi sebagian dari syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Katolik Parahyangan.

Dalam proses penulisan skripsi ini, penulis mendapatkan dukungan oleh pihak – pihak yang senantiasa memberikan dukungan dan semangat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Liesye dan Johan selaku orangtua dari penulis dan Maria Veronica selaku kakak penulis yang sudah memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis baik secara material maupun non-material dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan S1 di Universitas Katolik Parahyangan dengan lancar.
2. Bapak James Rianto Situmorang, Drs., M.M. selaku dosen pembimbing Skripsi Pemasaran penulis dengan banyak meluangkan waktunya untuk membimbing penulis selama proses penelitian ini sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
3. Ibu Dr. Theresia Gunawan, S.Sos. MM., M.Phil. selaku dosen wali dari penulis.

4. Ibu Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra, M.Si selaku ketua program studi Ilmu Administrasi Bisnis.
5. Seluruh dosen pengajar, staff tata usaha, staff di perpustakaan Universitas Katolik Parahyangan dan kepada seluruh pekarya di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah banyak membantu penulis selama proses perkuliahan.
6. Evelyn Nathania, selaku teman dekat penulis yang selalu mendampingi, membantu, dan memberi semangat sampai skripsi ini selesai.
7. Hendra Susanto selaku sahabat, yang selalu membantu dalam suka dan duka selama proses pengerjaan skripsi.
8. Seluruh keluarga dan teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu namanya yang telah mendoakan dan mendukung penulis selama ini.

Bandung, 27 November 2019

Ignatius Joseph

## ABSTRAK

Nama : Ignatius Joseph Muljana  
NPM : 2015320057  
Judul : Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian di  
Perusahaan Naripan Motor Body Repair

Pertumbuhan perekonomian Indonesia berdampak besar kepada industri otomotif di Indonesia. Dengan meningkatnya jumlah penjualan kendaraan, maka lalu lintas di Indonesia semakin padat sehingga kemungkinan untuk terjadi kerusakan mobil karena benturan semakin tinggi. Maka dari itu, kebutuhan orang-orang akan jasa *body repair* semakin meningkat yang mengakibatkan persaingan bisnis *body repair* semakin meningkat.

Pada penelitian ini, peneliti ingin meneliti salah satu perusahaan *body repair* di Bandung yang bernama Naripan Motor Body Repair. Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu apakah *brand image* mempengaruhi keputusan pembelian konsumen untuk menggunakan jasa di Perusahaan Naripan Motor Body Repair. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanatori, dengan teknik survai yang akan diolah secara kuantitatif. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah dan sedang berencana untuk menggunakan jasa di Perusahaan Naripan Motor Body Repair. Dalam penelitian ini, teknik sampling yang digunakan adalah *non probability sampling* yang berupa *convenience sampling*.

Dari hasil koefisien determinasi, ditemukan nilai  $r$  hitung sebesar 0,701, yang berarti bahwa pengaruh antara *brand image* terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 70,1%, sedangkan 29,9% adalah faktor lain yang tidak dihitung dalam penelitian ini. Untuk itu, peneliti menyarankan kepada pihak Perusahaan Naripan Motor Body Repair untuk terus dapat mempertahankan dan meningkatkan *brand image* yang saat ini sudah ada dengan sasaran untuk dapat mendorong keputusan pembelian yang lebih di kemudian hari.

Kata kunci : Citra Merek, Keputusan Pembelian, Perbaikan Bodi

## **ABSTRACT**

Name : Ignatius Joseph Muljana  
NPM : 2015320057  
Title : *Effect of Brand Image on Consumer Purchasing Decisions at Naripan Motor Body Repair Company*

*Indonesia's economic growth has a major impact on the automotive industry in Indonesia. With the increasing number of vehicle sales, traffic in Indonesia is getting heavier, the possibility of car being damaged by hit has increased. The needs of people for body repair workshop services are increasing, the body repair business competition is increasing. In this research, the researcher want to study a body repair's company in Bandung which is Naripan Motor Body Repair.*

*This study aims to find out whether brand image influences consumer purchasing decisions to use the services of a Naripan Motor Body Repair workshop. The goal, is to measure and analyze how much influence the brand image has on purchasing decisions at Naripan Motor Body Repair. This type of research used in this research is explanatory research, with survey techniques that will be processed quantitatively. As for the population in this study are consumers who have and are planning to use Naripan Motor body repair services. In this study, the sampling technique used was non probability sampling in the form of convenience sampling. From the results of the coefficient of determination, it was found that the calculated value of  $r$  is 0.701, which means that the influence between Brand image on purchasing decisions is 70.1%, while the other 29.9% is another factor that doesn't count in this research. For this reason, the researcher suggests to the Naripan Motor Body Repair Company to continue to be able to maintain and enhance the existing brand image with the aim to be able to encourage more purchasing decision in the future.*

*Keywords : Brand Image, Purchase Decission, Body Repair*



## DAFTAR ISI

PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	i
ABSTRAK .....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	i
DAFTAR ISI .....	ii
DAFTAR TABEL .....	v
DAFTAR GAMBAR .....	vii
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
1.5 Objek Penelitian .....	6
1.6 Pre-research .....	6
BAB 2 LANDASAN TEORI .....	8
2.1 Pengertian Pemasaran .....	8
2.2 <i>Brand Image</i> .....	9
2.2.1 Pengertian <i>Brand Image</i> .....	9
2.2.2 Manfaat <i>Brand Image</i> .....	10
2.2.3 Pengukuran <i>Brand Image</i> .....	10
2.3 Keputusan Pembelian .....	12
2.3.1 Pengertian Keputusan pembelian .....	12
2.3.2 Tahapan Proses Keputusan Pembelian .....	13
2.3.3 Pengukuran Keputusan Pembelian .....	15
2.4 Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian .....	16
2.5 Penelitian terdahulu .....	17
2.6 Pengujian hipotesis .....	19
BAB 3 METODE PENELITIAN .....	21
3.1 Jenis Penelitian .....	21
3.2 Metode Penelitian .....	21
3.3 Jenis Data .....	21

3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.5	Skala Pengukuran .....	23
3.6	Populasi dan Sampel.....	23
3.6.1	Populasi.....	23
3.6.2	Sampel.....	24
3.7	Teknik Pengambilan Sampel.....	25
3.8	Model Penelitian.....	25
3.9	Operasionalisasi Variabel.....	26
3.10	Teknik Analisis Data .....	31
3.10.1	Uji Validitas .....	31
3.10.2	Uji Reliabilitas.....	32
3.10.3	Uji Normalitas .....	33
3.10.4	Uji Heterokedastisitas .....	35
3.10.5	Uji Korelasi Parsial.....	35
3.10.6	Uji Hipotesis Parsial ( Uji T ).....	36
3.10.7	Analisis Deskriptif.....	36
3.10.8	Analisis Regresi Linear Sederhana.....	38
3.10.9	Koefisien Determinasi .....	39
BAB 4 PROFIL PERUSAHAAN .....		40
4.1	Tentang Perusahaan.....	40
4.2	Informasi Umum Naripan Motor.....	40
4.3	Sejarah Singkat Perusahaan .....	41
4.4	Dokumentasi Naripan Motor Body Repair .....	42
BAB 5 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		43
5.1	Hasil Penelitian.....	43
5.1.2	Hasil Penelitian Berdasarkan Data Demografi.....	44
5.1.3	Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Brand Image</i> .....	46
5.1.4	Tanggapan Responden untuk Variabel Keputusan Pembelian .....	74
5.1.5	Hasil Penelitian Berdasarkan Uji Instrumen .....	86
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN .....		100
6.1	Kesimpulan.....	100
6.1.1	Perhitungan statistik.....	100
6.1.2	Tanggapan Responden .....	101
6.2	Saran .....	103

DAFTAR PUSTAKA .....	104
Lampiran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Unit Mobil Terjual.....	1
Tabel 1.2 Nama Perusahaan <i>body repair</i> yang Terdapat di Bandung .....	2
Tabel 1.3 Hasil Survei Peneliti .....	6
Tabel 1.4 Data penjualan Naripan Motor Body Repair .....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3.1 Skala Ordinal.....	23
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	27
Tabel 3.3 Interpretasi Koefisien Korelasi .....	35
Tabel 3.4 Rentang Klasifikasi Variabel .....	38
Tabel 5.1 Kriteria Penilaian Variabel .....	44
Tabel 5.2 Jenis Kelamin Responden.....	44
Tabel 5.3 Usia Responden.....	45
Tabel 5.4 Responden yang Mengakui Naripan Motor Body Repair Terkenal....	45
Tabel 5.5 Kriteria Penilaian Variabel .....	46
Tabel 5.6 Nama Perusahaan Naripan Motor Body Repair Terkenal .....	47
Tabel 5.7 Logo Perusahaan Naripan Motor Body Repair mudah diingat.....	47
Tabel 5.8 Slogan Naripan Motor Body Repair adalah Standar Kami Kualitas Terbaik menarik.....	48
Tabel 5.9 Rekapitulasi Penilaian Responden terhadap Dimensi <i>Brand Identity</i> ..	49
Tabel 5.10 Perusahaan Naripan Motor Body Repair menggunakan bahan cat yang warnanya sesuai dengan pabrikan .....	51
Tabel 5.11 Ruang tunggu di Perusahaan Naripan Motor Body Repair nyaman .	52
Tabel 5.12 Perusahaan Naripan Motor Body Repair menyediakan tempat parkir yang luas dan aman.....	53
Tabel 5.13 Rekapitulasi Penilaian Responden terhadap Dimensi <i>Brand Personality</i> .....	54
Tabel 5.14 Montir Perusahaan Naripan Motor Body Repair terampil dan teliti .	56
Tabel 5.15 Peralatan di Perusahaan Naripan Motor Body Repair lengkap.....	57
Tabel 5.16 Rekapitulasi Penilaian Responden terhadap Dimensi <i>Brand Association</i> .....	58
Tabel 5.17 Pelayanan di Perusahaan Naripan Motor Body Repair baik dan ramah .....	59
Tabel 5.18 Karyawan Perusahaan Naripan Motor Body Repair bertanggung jawab terhadap keamanan dan hasil pekerjaan pada mobil konsumen.....	60
Tabel 5.19 Karyawan Perusahaan Naripan Motor Body Repair memberikan pelayanan cepat tanggap terhadap konsumen .....	61
Tabel 5.20 Rekapitulasi Penilaian Responden terhadap Dimensi <i>Brand Attitude and Behaviour</i> .....	62

Tabel 5. 21 <i>Body</i> mobil jadi mulus dan mengkilap setelah menggunakan jasa Perusahaan Naripan Motor Body Repair .....	65
Tabel 5. 22 Diskon yang diberikan Perusahaan Naripan Motor Body Repair menarik.....	66
Tabel 5. 23 Perusahaan Naripan Motor Body Repair memberikan garansi 1 tahun apabila cat luntur atau pecah .....	67
Tabel 5. 24 Rekapitulasi Penilaian Responden terhadap Dimensi <i>Brand Benefit and Competence</i> .....	68
Tabel 5. 25 Tabel Rekapitulasi Tanggan Responden untuk Pernyataan Brand Image Sesuai Urutan Pernyataan .....	69
Tabel 5. 26 Tanggapan Responden untuk Pernyataan Brand Image Berdasarkan Peringkat .....	71
Tabel 5. 27 Responden memiliki kebutuhan untuk reparasi <i>body</i> mobil.....	75
Tabel 5. 28 Responden mencari informasi selengkap lengkapnya tentang Perusahaan <i>body repair</i> di Bandung .....	76
Tabel 5. 29 Responden membandingkan perusahaan-perusahaan <i>body repair</i> yang ada di Bandung.....	77
Tabel 5. 30 Setelah membandingkan responden memutuskan untuk menggunakan jasa perusahaan Naripan Motor Body Repair.....	78
Tabel 5. 31 Responden mau menggunakan jasa perusahaan Naripan Motor Body Repair kembali.....	79
Tabel 5. 32 Responden merasa puas akan hasil pengerjaan perusahaan Naripan Motor Body Repair .....	80
Tabel 5. 33 Rekapitulasi Penilaian Responden terhadap Dimensi Perilaku Setelah Pembelian .....	81
Tabel 5. 34 Rekapitulasi Tanggapan Responden untuk Pernyataan Variabel Keputusan Pembelian Sesuai Urutan Pernyataan.....	83
Tabel 5. 35 Tanggapan Responden untuk Pernyataan Variabel Keputusan Pembelian Berdasarkan Peringkat .....	84
Tabel 5. 36 Hasil Uji Validitas <i>Brand Image</i> .....	86
Tabel 5. 37 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian .....	89
Tabel 5. 38 Uji Reliabilitas.....	91
Tabel 5. 39 Uji Normalitas menggunakan Kolmogorov - Smirnof .....	92
Tabel 5. 40 Uji Heteroskedadistitas .....	94
Tabel 5. 41 Interpretasi Koefisien Korelasi .....	95
Tabel 5. 42 Uji Korelasi Parsial.....	96
Tabel 5. 43 Uji Hipotesis T .....	97
Tabel 5. 44 Uji Analisis Regresi Linear Sederhana.....	98
Tabel 5. 45 Uji Koefisien Determinasi .....	98

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Proyeksi perusahaan <i>body repair</i> yang muncul pertama kali dalam benak responden .....	7
Gambar 2. 1 Proses Pengambilan Keputusan.....	13
Gambar 3. 1 Model Penelitian.....	26
Gambar 4. 1 <i>Showroom</i> Body Reapir & Oven Painting .....	42
Gambar 5. 1 Garis Kontinum Dimensi <i>Brand Identity</i> .....	50
Gambar 5. 2 Garis Kontinum <i>Brand Personality</i> .....	55
Gambar 5. 3 Garis Kontinum <i>Brand Association</i> .....	59
Gambar 5. 4 Garis Kontinum <i>Brand Attitude And Behaviour</i> .....	64
Gambar 5. 5 Garis Kontinum <i>Brand Benefit And Competence</i> .....	69
Gambar 5. 6 Garis Kontinum Perilaku Setelah Pembelian .....	82
Gambar 5. 7 Histogram Uji Normalitas .....	91
Gambar 5. 8 Uji Normalitas dengan p-p plot .....	93
Gambar 5. 9 Grafik <i>Scatterplot</i> .....	95

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pertumbuhan perekonomian Indonesia berdampak besar kepada industri otomotif di Indonesia. Tingkat suku bunga acuan yang rendah dan munculnya segmen mobil murah dan ramah lingkungan (LCGC) mengakibatkan penjualan mobil meningkat pesat dari tahun ke tahunnya. Tingkat suku bunga acuan sangat berpengaruh terhadap tinggi rendahnya penjualan mobil, sebab 70 % pembelian mobil Indonesia melalui kredit (Jongki Sugiarto, 2019).

Berikut data penjualan mobil di Indonesia :

**Tabel 1.1**  
**Unit Mobil Terjual**

<b>Tahun</b>	<b>Unit Mobil Terjual</b>
2017	896.101
2018	926.697

Sumber data : (Gaikindo, 2019)

Sedangkan untuk tahun 2019 diprediksikan penjualan mobil mencapai 1.100.000 unit.

Dengan meningkatnya jumlah penjualan kendaraan, lalu lintas di Indonesia semakin padat. Menurut survai yang dilakukan oleh Asian Development Bank, Bandung tercatat sebagai kota termacet se-Indonesia sedangkan pada tingkat Asia, Bandung berada di urutan ke-14 sebagai kota termacet (Asian Development Outlook, 2019). Sementara itu, DKI Jakarta berada di urutan ke-17, lalu Surabaya di urutan 20. Menurut wakil walikota Bandung, Yana Mulyana pelabelan kota

Bandung sebagai kota termacet se-Indonesia dikarenakan tambahan 1,2 juta warga luar kota yang beraktivitas pada siang hari, menurutnya penduduk kota Bandung terdapat 3,7 juta jiwa pada siang hari namun hanya ada 2,5 juta jiwa pada malam hari (CNNIndonesia, 2019). Tidak hanya macet, menurut Reita Ariyanti dan Jessica Fam, yang merupakan warga kota Bandung para pengemudi ceroboh dalam mengemudikan kendaraannya. Para pengemudi juga sering melanggar rambu rambu lalu lintas yang membuat kondisi jalan menjadi tidak nyaman. (Dipa, 2014)

Dengan tingkat kemacetan yang tinggi dan penggunaan jalan yang semena mena oleh para pengemudi, berdampak terhadap meningkatnya kecelakaan lalu lintas, baik kecelakaan yang mengakibatkan kerusakan total pada kendaraan maupun kerusakan ringan, sehingga kebutuhan orang-orang akan jasa *body repair* semakin meningkat, maka persaingan bisnis *body repair* semakin meningkat. Para pemasar khususnya dalam industri jasa *body repair* harus mampu membangun *brand image* yang baik dalam benak konsumen untuk menghadapi ketatnya persaingan dalam industri yang sejenis.

Berikut merupakan perusahaan *body repair* yang terdapat di Bandung :

**Tabel 1. 2**  
**Nama Perusahaan *body repair* yang Terdapat di Bandung**

<b>Nama Perusahaan</b>	<b>Alamat</b>
Auto Brilliant	Jl. Terusan Buah Batu No.32, Batununggal, Kec. Bandung Kidul, Kota Bandung
Panel One Body Repair and Paint	Jl. Soekarno Hatta No.178, Babakan Ciparay, Kec. Babakan Ciparay, Kota Bandung
Naripan Motor Body Repair	Jl. BKR No.113, Ciateul, Regol, Kota Bandung, Jawa Barat



Bengkel Cat Mobil Inline	Jl. Sidomukti No.9B, Sukaluyu, Kec. Cibeunying Kaler, Kota Bandung
Auto Cemerlang	Jl. Soekarno Hatta No.390, Kb. Lega, Kec. Bojongloa Kidul, Kota Bandung
Manunggal Body Repair Bandung	jl. no.184, Jl. Stasiun Lama, Karasak, Kiaracandong, Kota Bandung
Auto Blink	Jl. Gatot Subroto No.37, Malabar, Kec. Lengkong, Kota Bandung
HOM Body Repair	Jl. Terusan Pasirkoja No.240, Suka Asih, Kec. Bojongloa Kaler, Kota Bandung
Mentari Autohaus	Jl. Soekarno Hatta No.250, Kopo, Kec. Babakan Ciparay, Kota Bandung
Megah Jaya	Jl. BKR No.25, Pasirluyu, Kec. Regol, Kota Bandung

Sumber : Survei Lapangan Oleh Peneliti

Menurut Kotler (2012) *brand image* adalah penglihatan dan kepercayaan yang terpendam di benak konsumen sebagai cerminan asosiasi yang tertahan di ingatan konsumen. *Brand image* memainkan peranan penting, khususnya ketika konsumen sulit membedakan barang atau jasa berdasarkan kualitasnya yang serupa (Shankar et al., 2008). Membuat sebuah *brand image* yang ideal, tidak hanya membantu para pengusaha untuk membangun posisi yang stabil dalam sebuah pasar, tapi juga untuk melindungi *brand* yang bersangkutan dari para pesaingnya (Cretu & Brodie, 2007). Oleh karena itu, para pengusaha pada masa kini bekerja keras untuk membangun *brand image* mereka dengan cara menginvestasikan sejumlah dana untuk membangun *brand* mereka dengan *image* yang kuat (Shankar et al., 2008). *Brand image* membuat konsumen percaya terhadap sebuah produk atau jasa pada tingkat

tertentu, dan membantu mereka untuk menentukan keputusan pembelian (Torres & Bijmolt, 2009).

Menurut Belch dan Belch (2009:113), keputusan pembelian adalah tahap-tahap yang dilewati konsumen dalam membeli barang atau jasa. Sedangkan menurut (Suharso & Sutarso, 2010) keputusan pembelian adalah tahap dimana pembeli telah menentukan pilihannya dan melakukan pembelian produk serta mengkonsumsinya. Pembelian sendiri secara fisik bisa dilakukan oleh konsumen, namun bisa juga oleh pilihan orang lain.

Naripan Motor Body Repair merupakan perusahaan yang bergerak di industri *body repair* sejak tahun 2011. Moto Naripan Motor Body Repair “Standar Kami Adalah Kualitas Terbaik”. Maka dari itu Naripan Motor Body Repair selalu memberikan kualitas terbaik untuk para konsumennya. Peneliti melihat hal ini dari hasil pengerjaan perusahaan yang menunjukkan mobil yang mulus dan tidak ada cat yang belang.

Pada penelitian ini, peneliti bertujuan untuk mencari tahu apakah *brand image* mempengaruhi keputusan pembelian konsumen untuk menggunakan jasa Perusahaan Naripan Motor Body Repair.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan analisis latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah :

- Bagaimana mengukur dan menganalisis seberapa besar pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian di Perusahaan Naripan Motor Body Repair.

### 1.3 Tujuan Penelitian

Di dalam suatu penelitian tujuan merupakan salah satu kontrol yang dapat dijadikan petunjuk sehingga segalanya dapat berjalan dengan sesuai dan lancar. Sehingga tujuan dari penelitian ini diantaranya adalah :

- Mengukur dan menganalisis seberapa besar pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian di Perusahaan Naripan Motor Body Repair.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Praktis :

#### A. Manfaat bagi peneliti

Hasil peneliti ini dapat dipergunakan bagi peneliti yang akan datang sebagai bahan acuan atau pertimbangan dalam penelitiannya agar dapat lebih baik dari penelitian yang sudah ada sebelumnya.

#### B. Manfaat bagi perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh Perusahaan Naripan Motor Body Repair sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan perusahaan yang berkaitan dengan permasalahan yang dihadapi.

#### C. Bagi pihak lain yang berkepentingan

Hasil penelitian ini dapat menambah referensi perbendaharaan buku dari penelitian yang ada di perpustakaan dan juga dapat dijadikan sebagai bahan acuan untuk melakukan penelitian selanjutnya.

### 1.5 Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, objek yang akan diteliti adalah salah satu perusahaan *Body Repair* di Bandung

Nama : Naripan Motor Body Repair

Alamat : Jl. BKR No.113, Ciateul, Regol, Kota Bandung, Jawa Barat

### 1.6 Pre-research

Peneliti melakukan survai terhadap 30 responden secara acak untuk mengetahui perusahaan *body repair* yang memiliki *brand image* yang kuat di Bandung, dengan menanyakan kepada responden perusahaan *body repair* mana yang muncul pertama kali di benak mereka. Berikut adalah tabel hasil survai peneliti :

**Tabel 1. 3**  
**Hasil Survai Peneliti**

<b>Nama Perusahaan</b>	<b>Jumlah Responden</b>
Naripan Motor Body Repair	9
Panel One	8
Auto Cemerlang	6
Bengkel Cat Mobil Inline	4
Auto Brilliant	3

Sumber : Hasil survai peneliti, 2019



**Gambar 1. 1** Proyeksi perusahaan *body repair* yang muncul pertama kali dalam benak responden

Sumber : Hasil olah data peneliti, 2019

Berdasarkan survai yang dilakukan oleh peneliti, Naripan Body Motor Body Repair mendapatkan presentase tertinggi sebesar 30%, maka dapat disimpulkan bahwa Naripan Motor Body Repair merupakan perusahaan *body repair* yang memiliki *brand image* yang kuat. Pernyataan ini diperkuat oleh data penjualan Naripan Motor Body Repair yang semakin meningkat setiap tahunnya.

**Tabel 1. 4**  
**Data penjualan Naripan Motor Body Repair**

Tahun	Jumlah Mobil yang Melakukan <i>Body Repair</i>
2017	293 unit
2018	325 unit
2019	360 unit

Sumber : Wawancara dengan pemilik perusahaan, 2019