



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

Terakreditasi Unggul

SK BAN-PT No. 1598/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022

Pengaruh Identitas Merek dan Garansi Terhadap
Minat Beli Konsumen di CV Suryalaya

Skripsi

Oleh :

Carren Renata Leevana

6081901153

Bandung

2023



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

Terakreditasi Unggul

SK BAN-PT No. 1598/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022

Pengaruh Identitas Merek dan Garansi Terhadap
Minat Beli Konsumen di CV Suryalaya

Skripsi

Oleh :

Carren Renata Leevana

6081901153

Pembimbing

Albert Mangapul Parulian Lumban Tobing, ST., M.AB.

Bandung

2023

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Carren Renata Leevana
Nomor Pokok : 6081901153
Judul : Pengaruh Identitas Merek dan Garansi Terhadap Minat Beli
Konsumen di CV Suryalaya

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada 13 Januari 2023
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji
Ketua sidang merangkap anggota
Marihhot Tua Effendi Harianja, Drs., M.Si.

Sekretaris
Albert Mangapul Parulian Lumban Tobing, ST., M.AB.

Anggota
Sanerya Hendrawan, Ph.D

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Carren Renata Leevana
NPM : 6081901153
Jurusan/ Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Judul : Pengaruh Identitas Merek dan Garansi Terhadap
Minat Beli Konsumen di CV Suryalaya

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 pihak lain dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

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

Bandung, 28 Desember 2022

Tanda Tangan

Materai 10.000



Carren Renata Leevana

ABSTRAK

Nama : Carren Renata Leevana
NPM : 6081901153
Judul : Pengaruh Identitas Merek dan Garansi Terhadap Minat Beli
Konsumen di CV Suryalaya

CV Suryalaya merupakan perusahaan yang menjual produk dan jasa dibidang elektronik. Salah satu produk yang dijualnya berupa *Air Conditioner* serta jasanya yaitu perawatan dan perbaikan *Air Conditioner*. Terletak di jalan ABC, Banceuy Permai Blok A12 No. 60, Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan konsumen terhadap identitas merek dan garansi di CV Suryalaya dan apakah identitas merek dan garansi berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik *purposive sampling* yaitu kuesioner dengan jumlah sampel 100 responden yang memiliki AC di rumahnya dan memiliki keperluan untuk membeli AC. Kemudian data akan diolah menggunakan *software SPSS (Statistical Product and Service Solution)* versi 26.0. Penelitian ini dilakukan selama 4 bulan terhitung dari bulan September sampai dengan Desember 2022.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa variabel identitas merek dan garansi berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Hal ini yang membuat konsumen memiliki kepercayaan terhadap merek perusahaan. Peneliti menyarankan agar perusahaan tetap menjaga kestabilan merek perusahaan dan memberikan garansi yang sesuai dengan produk yang dibeli konsumen.

Kata Kunci : Identitas Merek, Garansi, Minat Beli

ABSTRACT

Name : Carren Renata Leevana
Student ID : 6081901153
Title : *The Influence of Brand Identity and Guarantee on Consumer Purchase Interest at CV Suryalaya*

CV Suryalaya is a company that sells products and services in the electronics sector. One of the products is Air Conditioner and they offer services such as Air Conditioner maintenance and repair. The company is located on ABC street, Banceuy Permai Blok A12 No. 60, Bandung. This study aims to determine consumer responses to brand identity and warranty at CV Suryalaya and whether brand identity and warranty affect consumer buying interest.

The research method used is quantitative research. Data collection was carried out using a purposive sampling technique in the form of a research tool, namely a questionnaire with a sample of 100 respondents who have air conditioners in their homes and have a need to buy air conditioners. Then the data will be processed using SPSS (Statistical Product and Service Solution) software version 26.0. This research was conducted for 4 months starting from September to December 2022.

The results of the study showed that brand identity and guarantee variables have a significant effect on consumer buying interest. This is what makes consumers have brand awareness towards the company. Researchers suggest that company maintain the stability of the company's brand and provide guarantee that are in accordance with the products that consumers buy.

Key Words : Brand Identity, Guarantee, Purchase Interest

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada kehadiran Tuhan yang Maha Esa yang telah memberikan segala berkat, rahmat dan karuniaNya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ Pengaruh Identitas Merek dan Garansi Terhadap Minat Beli Konsumen di CV Suryalaya”.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis mendapat pengarahan, bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, terutama kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa karena telah memberikan kekuatan, kesehatan, kelancaran, dan berkat yang berlimpah kepada penulis untuk mampu menyelesaikan skripsi ini.
2. Orang tua penulis yang selalu mendukung dan membantu memberikan saran dalam penulisan skripsi ini. Khususnya Ibu yang selalu menjadi tempat curahan hati penulis ketika menghadapi hal-hal yang tidak sesuai dengan harapan.
3. Kakak penulis yang membantu dan menyemangati penulis disaat sedang pusing memikirkan kuliah dan menyelesaikan skripsi.
4. Cookies selaku hewan peliharaan penulis yang selalu menemani dan menghibur selama masa penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Martinus selaku pemilik dari Perusahaan CV Suryalaya yang telah mengizinkan perusahaannya dijadikan tempat penelitian.

6. “Bapak Genta selaku Branch Manager di CV Suryalaya yang sudah memberikan informasi yang berguna dan bermanfaat bagi skripsi penulis.”
7. Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan (UNPAR).
8. Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si., selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan (UNPAR).
9. Bapak Albert Mangapul Parulian Lumban Tobing, ST., M.AB., selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, pikiran, dan kesabaran dalam memberikan bimbingan kepada penulis untuk menyusun skripsi ini hingga selesai.
10. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya dosen Ilmu Administrasi Bisnis yang sudah memberikan ilmu selama menuntut ilmu di Universitas Katolik Parahyangan (UNPAR).
11. Jocelyn Dorothy, Raymond Christopher, Victor Aloysius, dan William Andika selaku sahabat di perkuliahan yang selalu menemani dari awal semester satu hingga saat ini.
12. Rafaella Sherin selaku sahabat penulis dari SMP yang mendukung dan menyemangati.

13. Seluruh teman-teman di Universitas Katolik Parahyangan (UNPAR) yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
14. Serta banyak pihak yang dilibatkan secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis menerima segala kritik, saran, dan komentar agar dapat diperbaiki dimasa yang akan datang. Akhir kata penulis berharap agar penelitian ini bisa memberikan manfaat bagi pembaca dan beberapa pihak yang membutuhkan.

Bandung, 27 September 2022

Carren Renata Leevana

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABELviii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Objek Penelitian.....	5
BAB II	9
2.1 Teori dan konsep.....	9
2.1.1 Konsep dan Pengertian Pemasaran	9
2.1.2 Pengertian Logo	10
2.1.3 Pengertian Identitas Merek	10
2.1.4 Indikator Identitas Merek.....	11
2.1.5 Pengertian Garansi Produk	11
2.1.6 Jenis-jenis Garansi.....	12
2.1.7 Konsep dan Pengertian Jasa	14
2.1.8 Pengertian Minat Beli.....	16
2.1.9 Indikator Minat Beli.....	16
2.1.10 Penelitian Terdahulu	17
2.1.11 Kerangka Pemikiran	20
2.2 Metodologi	20
2.2.1 Metode penelitian.....	20
2.2.2 Jenis Penelitian.....	21
2.2.3 Populasi dan Sampel.....	22
2.2.4 Proses pengumpulan data	23
2.2.5 Skala Pengukuran.....	24
2.2.6 Operasionalisasi Variabel Penelitian	24

2.2.7	Jenis Data.....	26
2.2.8	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	26
2.2.9	Uji Asumsi Klasik	28
2.2.10	Uji Hipotesis	29
BAB III	33
3.1	Hasil.....	33
3.2	Pembahasan Hasil Penelitian.....	33
3.2.1	Profil Responden.....	33
3.2.2	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	38
3.2.3	Tanggapan Responden Terhadap Identitas Merek.....	41
3.2.4	Tanggapan Responden Terhadap Garansi.....	45
3.2.5	Tanggapan Responden Terhadap Minat Beli	48
3.2.6	Uji Normalitas	51
3.2.7	Uji Heteroskedastisitas.....	52
3.2.8	Uji Multikolinearitas	53
3.2.9	Uji Analisis Regresi Linear Berganda	54
3.2.10	Uji t.....	55
3.2.11	Uji f.....	55
3.2.12	Uji Koefisien Determinasi	56
3.3	Temuan.....	57
BAB IV	58
4.1	Kesimpulan	58
4.2	Rekomendasi.....	59
4.3	Implikasi.....	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	65

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Profil responden berdasarkan usia	34
Tabel 3.2 Profil responden berdasarkan jenis kelamin	35
Tabel 3.3 Profil responden berdasarkan domisili	35
Tabel 3.4 Profil responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir	36
Tabel 3.5 Profil responden berdasarkan pekerjaan	37
Tabel 3.6 Profil responden berdasarkan penghasilan per bulan	38
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas	39
Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas	41
Tabel 3.9 Pernyataan Dimensi Kesadaran Merek	42
Tabel 3.10 Pernyataan Dimensi Tujuan Merek	43
Tabel 3.11 Pernyataan Dimensi Diferensiasi Merek	44
Tabel 3.12 Pernyataan Dimensi Masa Pertanggungungan	45
Tabel 3.13 Pernyataan Dimensi Kompensasi	46
Tabel 3.14 Pernyataan Dimensi Kondisi dimana kompensasi akan ditawarkan ...	47
Tabel 3.15 Pernyataan Dimensi Transaksional	48
Tabel 3.16 Pernyataan Dimensi Referensial	50
Tabel 3.17 Pernyataan Dimensi Preferensial	50
Tabel 3.18 Pernyataan Dimensi Preferensial	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Suryalaya	5
Gambar 1.2 Kantor Suryalaya (2022)	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	20

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Uji Validitas	64
Lampiran 2. Hasil Uji Reliabilitas	65
Lampiran 3. Kuesioner	66

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Seiring dengan kemajuan zaman, perkembangan teknologi di dunia saat ini sudah sangat pesat. Teknologi muncul membawa perubahan terhadap perilaku masyarakat, pun juga dalam dunia bisnis yang saat ini dihadapkan dengan persaingan yang ketat. Dengan semakin ketatnya persaingan bisnis maka para pelaku bisnis beradu untuk menciptakan produk yang berkualitas untuk menarik minat pembeli. Perusahaan pun berupaya untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen serta faktor apa saja yang mempengaruhi minat beli. Menurut (Kotler dan Keller, 2016) perilaku membeli dipengaruhi oleh budaya, sosial, ekonomi, dan persepsi. Perusahaan akan menciptakan dan mempertahankan kepuasan pelanggan.

Semua perusahaan pasti melakukan berbagai macam cara agar produknya bisa diketahui banyak masyarakat. Tentunya cara yang mereka lakukan adalah dengan melakukan pemasaran produk. Perusahaan harus bisa memasarkan produknya secara detail agar dapat bertahan dan bersaing dengan perusahaan lain. Sebagai contoh adalah toko elektronik *Log in Megastore* yang berada di Kota Bandung. Nama toko mereka sudah terkenal dikalangan masyarakat Kota Bandung karena toko nya sangat lengkap. Menurut (Detiknews, 2013) Handy merupakan pendiri dari Log in Megastore yang didirikan pada tahun 2009. Mereka menjual berbagai

macam barang elektronik mulai dari AC, kamera, *handphone*, laptop, oven, mesin cuci baju dan masih banyak lagi. Dengan begitu perusahaan dapat membuat konsumen untuk memutuskan membeli produk atau jasa tersebut.

Faktor garansi terhadap produk atau jasa pun menjadi penentu minat beli seorang konsumen. Garansi adalah suatu bentuk layanan pasca-transaksi konsumen (*post-consumer transaction*) yang diberikan untuk pemakaian barang yang digunakan secara berkelanjutan (Shidarta, 2015). Tujuan garansi umumnya untuk menjamin kerusakan produk yang rusak sebelum waktu garansi habis. Suatu produk maupun jasa akan memiliki nilai lebih tinggi jika diberikan hak garansi bagi konsumen yang sudah membeli produk atau jasa. Maka konsumen tidak peduli jika produk yang dibeli rusak atau cacat, konsumen dapat menggunakan hak garansi sesuai kesepakatan awal antara penjual dan pembeli.

Kontrak penjualan berisi jaminan atau garansi dari penjual bahwa barang yang dijual tidak akan rusak dan tidak diketahui sebelumnya. Dalam hal ini, garansi berlaku untuk jangka waktu tertentu. Masa garansi bervariasi menurut produk dan mulai dari 1, 2, atau 3 tahun. Penjual pada umumnya akan mengganti atau memperbaiki produk yang cacat sesuai dengan syarat dan ketentuan.

Disamping faktor garansi, ada pula identitas merek yang harus dimiliki setiap perusahaan. Identitas merek dianggap sebagai ciri khas suatu merek. Menurut (Kotler & Armstrong, 2018) identitas merek terdiri dari nama merek, istilah, logo, slogan, desain atau kombinasi dari semua aspek

yang menggambarkan citra perusahaan atau pembeda produk dengan pesaing. Oleh karena itu, identitas merek dapat diartikan sebagai persepsi merek perusahaan yang unik yang ingin disampaikan oleh perusahaan, sehingga membentuk persepsi konsumen terhadap merek tersebut.

Dari semua faktor yang sudah disebutkan, hal tersebut berpengaruh terhadap minat beli konsumen. CV Suryalaya merupakan perusahaan merangkap toko yang menjual berbagai macam produk elektronik mulai dari peralatan komunikasi, peralatan presentasi, peralatan kantor, audio visual, dan alat pendingin ruangan. Tidak hanya menjual produk, mereka pun menyediakan jasa pemasangannya. Berbeda dari toko elektronik lainnya, CV Suryalaya memiliki produk unggulan yang ditawarkannya yaitu alat pendingin ruangan atau yang biasa kita sebut *Air Conditioner (AC)*. Perusahaan ini menjual AC dengan berbagai macam merek, dimana konsumen bisa menentukan merk apa yang diinginkan.

Ada tujuh faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen menurut (Kotler dalam Abzari, 2014) yaitu pertama kualitas produk yang dimana atribut produk dipertimbangkan dari segi manfaat fisiknya. Kedua merek perusahaan yang dimana merupakan atribut yang memberikan manfaat non materi berupa kepuasan emosional. Ketiga kemasan yang dimana bentuk kemasan lebih penting dari produk utamanya. Keempat harga yang dimana pengorbanan nyata dan material yang dilakukan konsumen untuk mendapatkan atau memiliki produk. Kelima ketersediaan barang dimana kita bisa melihat sejauh mana sikap konsumen terhadap

ketersediaan produk yang ada. Dan terakhir keenam adalah promosi dimana pengaruh luar juga dapat merangsang konsumen untuk memilih produk.

Perusahaan bisa melakukan beberapa hal untuk membuat konsumen percaya terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Dengan cara memberikan pelayanan sebaik mungkin, seramah mungkin, dan pastinya harus mempunyai *product knowledge* yang bagus. Dengan begitu konsumen akan yakin dan percaya dalam membeli produk atau jasa, serta mereka akan melakukan pembelian ulang terhadap perusahaan.

Dalam pemasaran sendiri, merek adalah simbol yang menggambarkan seluruh informasi yang berkaitan dengan produk atau jasa. Merek biasanya terdiri dari nama, logo dan seluruh elemen visual lainnya seperti gambar, tipografi, warna, dan simbol. Alasan identitas merek dijadikan variabel pada penelitian ini karena nama dari perusahaan ini tidak begitu menggambarkan bahwa perusahaan ini menjual produk elektronik. Jadi identitas merek yang dibahas pada penelitian ini merupakan nama toko perusahaannya.

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa penulis akan melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Identitas Merek dan Garansi Terhadap Minat Beli Konsumen di CV Suryalaya”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

- Bagaimana pengaruh identitas merek dan garansi terhadap minat beli konsumen di CV Suryalaya

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas, maka tujuan penelitian yang harus penulis capai adalah:

- Untuk mengetahui bagaimana pengaruh identitas merek dan garansi terhadap minat beli konsumen di CV Suryalaya

1.4 Objek Penelitian

CV Suryalaya



Sumber : <https://www.karir.com/companies/100298>

Gambar 1.4.1 Logo Suryalaya



Sumber : *Google Maps* (CV Suryalaya)

Gambar 1.2 Kantor Suryalaya (2022)

CV. SURYALAYA didirikan pada tanggal 01 April 1985, berdasarkan Akte Notaris Wieke Loppies, S.H. oleh Martinus Setiamiharja dan Felicia Ratna Intan dengan lokasi di Jl. Lengkong Besar No. 56, Bandung.

Pada tahun pertama, perusahaan dijalankan oleh kurang lebih 10 (sepuluh) orang karyawan. CV. SURYALAYA pada awalnya bergerak dalam bidang penjualan, pemasangan dan perbaikan khusus alat telekomunikasi terutama merk National / Panasonic.

Pada tahun 1987 sampai dengan saat ini lokasi perusahaan dipindahkan ke Kompleks Banceuy Permai Blok A-12A No. 60, Bandung dengan memiliki karyawan kurang lebih 50 (lima puluh) orang, yang terbagi dalam beberapa divisi seperti:

1. Divisi Penjualan
2. Divisi Administrasi Dan Keuangan
3. Divisi Teknik (Pemasangan Dan Perbaikan)
4. Divisi Workshop
5. Divisi Gudang

Atas kepercayaan yang diberikan oleh beberapa Distributor kami di Jakarta, pada saat ini kami ditunjuk sebagai Dealer dari produk-produk merk DAIKIN, PANASONIC, Haier, TOA, dll.

Sehingga sampai dengan saat ini kami tidak hanya bergerak dalam bidang telekomunikasi, tetapi juga bergerak dalam bidang peralatan kantor, peralatan presentasi, audio visual dan alat pendingin ruangan (AC).

Adapun produk-produk yang kami pasarkan adalah sebagai berikut:

I. PERALATAN TELEKOMUNIKASI

1. *IP PBX System*
2. *Panasonic Network Camera/CCTV*
3. *Panasonic Facsimile, DECT Telp, Single Line Telephone*
4. *Telephone Conference System*

5. Intercom

II. PERALATAN PRESENTASI

1. Multimedia Projector / LCD Projector
2. *Screen Projector* (Manual/ Elektrik)
3. *Panasonic Electronic Print Board*

III. PERALATAN KANTOR

1. *Fingerprint*
2. Mesin Pengawas Kegiatan Patroli/Satpam
3. Mesin Penghancur Kertas
4. *Cash Box*

IV. AUDIO VISUAL

1. *Sound System* (Merk "PANASONIC": TOA)
2. *Wireless Amplifier* (Merk TOA, MIPRO)
3. *Conference System* (Merk BOSCH, TOA)
4. *CCTV & IP Camera* (Merk PANASONIC, Sucher)

V. ALAT PENDINGIN RUANGAN

1. *Air Conditioner /AC*
2. *Air Curtain*
3. *High Pressure Fan*