

PENGARUH *BRAND PREFERENCE* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA PT. INDOMARET DI KOTA SAMARINDA

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan

Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi



Oleh:

Egy Rifky Pratama

1911102431272

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR
JULI 2023**

**Pengaruh Brand *Preference* Terhadap *Purchase Intention* Pada PT.
Indomaret Di Kota Samarinda**

Skripsi

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan

Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi



Oleh:

Egy Rifky Pratama

1911102431272

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR
MEI 2023**

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi

PENGARUH *BRAND PREFERENCE* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA PT. INDOMARET DI KOTA SAMARINDA

Oleh:

Egy Rifky Pratama

1911102431272

Samarinda, 15 Juni 2023

Telah disetujui oleh:

Pembimbing



Marsha Anindita, S.E., M.S.M

NIDN. 1114099102

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND PREFERENCE* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA
PT. INDOMARET DI KOTA SAMARINDA**

Yang disiapkan dan disusun oleh:


Nama: Egy Rifky Pratama


Nim: 1911102431272

Program Studi: Manajemen


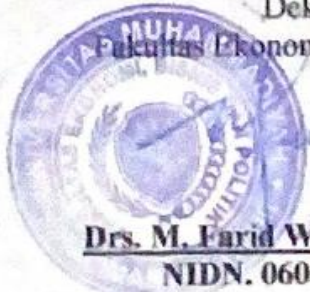
Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 3 Juli 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna mencapai derajat Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.

Susunan Penguji

Penguji I : **Hudyah Astuti Sudirman, S.ST., M.M** ()
NIDN. 1125109301

Penguji II : **Marsha Anindita, S.E., M.S.M.** ()
NIDN. 1114099102

Mengetahui

Dekan
Fakultas Ekonomi Bisnis dan Politik


Drs. M. Farid Wajdi, M.M., Ph.D
NIDN. 0605056501

Ketua
Program Studi Manajemen


Ihwan Susila, S.E., M.Si., Ph.D
NIDN. 0620107201

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Egy Rifky Pratama

Nim : 1911102431272

Program Studi : SI Manajemen

Surel : egyprmt124@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (*plagiarisme*) dari hasil karya orang lain ;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Samarinda, 3 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



Egy Rifky Pratama

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *brand Preference* terhadap *purchase Intention* pada PT. Indomaret di Kota Samarinda. Penelitian ini merupakan penelitian survei dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan Sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Indomaret Kota Samarinda. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 160 responden. Data dikumpulkan menggunakan kuisisioner sedangkan analisis data menggunakan regresi linier sederhana dengan menggunakan aplikasi *SPSS V.22*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *brand preference* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* pada PT. Indomaret di Kota Samarinda.

Kata Kunci: *Brand Preference* dan *Purchase Intention*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Brand Preference on Purchase Intention at PT. Indomaret in Samarinda City. This research is a survey research with a quantitative approach. The sampling technique in this study was carried out using a purposive sampling technique. The population in this study were all Indomaret consumers in Samarinda City. The sample in this study amounted to 160 respondents. Data was collected using a questionnaire while data analysis used simple linear regression using the SPSS V 22 application. The results of this study indicate that brand preference has a positive and significant effect on purchase intention at PT. Indomaret in Samarinda City.

Keywords: *Brand Preference and Purchase Intention*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Puji syukur yang teramat dalam saya haturkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Segala, atas percikan kasih, hidayat, dan taufiq-nya sehingga skripsi dengan judul Pengaruh *Brand Preference* Terhadap *Purchase Intention* Pada PT. Indomaret Di Kota Samarinda ini dapat terselesaikan pada waktu yang telah direncanakan.

Teriring doa sholat semoga senantiasa melimpah ke haribaan Muhammad SAW, Rasul akhir zaman, penutup para nabi yang membawa kesempurnaan ajaran Tauhid dan keutamaan budi pekerti. Dan semoga tumpahan doa sholat menetes kepada segenap keluarga dan sahabatnya, para syuhada, para mushonnifin, para ulama, dan seluruh umatnya yang dengan tulus ikhlas mencintai dan menjunjung sunnahnya.

Selama proses penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya. Sebagai ungkapan syukur, dalam kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Bambang Setiaji, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.
2. Bapak Drs. Farid Wajdi, M.M., Ph. D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Bsinis dan Politik Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.
3. Bapak Ihwan Susila, S.E., M.Si., Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.
4. Ibu Marsha Anindita, S.E., M.S.M selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan , motivasi dan masukan-masukan yang sangat bermanfaat kepada penulis sejak persiapan judul hingga selesainya skripsi.
5. Ibu Hudyah Astuti Sudirman, S.ST., M.M selaku dosen penguji yang telah memberikan arahan dan masukan terhadap kekurangan skripsi ini.
6. Rekan-rekan penulis dan pihak yang mendukung, membantu pelaksanaan penelitian yang saya tidak bisa sebutkan satu-persatu dikarenakan banyak sekali yang telah membantu penelitian saya.
7. Ucapan terima kasih secara khusus penulis sampaikan kepada kedua orang tua, adik, dan keluarga tercinta yang telah mendukung dan menyemangati

penulis sehingga mampu mencapai tahap akhir untuk menyelesaikan studi S1 Manajemen di Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.

Kepada mereka semua, hanya ungkapan terima kasih dan doa tulus yang dapat saya persembahkan, semoga segala yang telah mereka berikan kepada saya tercatat dengan tinta emas dalam lembaran catatan Roqib sebagai sebuah ibadah yang tiada ternilai. Amin.

Akhirnya, dengan segala keterbatasan dan kekurangannya, saya persembahkan karya tulis ini kepada siapapun yang membutuhkannya. Kritik konstruktif dan saran dari semua pihak sangat saya harapkan untuk penyempurnaan karya-karya saya selanjutnya. Terimakasih.

Billahittaufiq Wal Hidayah.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Batasan Masalah	4
D. Tujuan Penelitian	4
E. Manfaat Penelitian	4
BAB II TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS.....	6
A. Tinjauan Penelitian Terdahulu	6
B. Teori dan Kajian Pustaka	10
C. Pengembangan Hipotesis	16
D. Kerangka Konsep Penelitian.....	16
BAB III METODE PENELITIAN	18
A. Lokasi Penelitian.....	18
B. Jenis Penelitian.....	18
C. Populasi dan teknik pengambilan sampel	18

D. Definisi operasional dan pengukuran variabel.....	19
E. Jenis dan sumber data	20
F. Teknik pengumpulan data.....	21
G. Uji Asumsi Klasik.....	21
H. Teknik Analisis Data.....	22
I. Uji Hipotesis	23
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	26
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	26
B. Deskripsi Data.....	26
C. Analisis Deskriptif	29
D. Analisis Data	31
E. Uji Asumsi Klasik	33
F. Uji Hipotesis.....	34
G. Pembahasan Hasil Penelitian	36
BAB V PENUTUP.....	37
A. Kesimpulan	37
B. Keterbatasan.....	37
C. Saran.....	37
DAFTAR PUSTAKA	39

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Penjualan Retail Di Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Hasil Komparasi Keunggulan <i>Brand</i>	2
Gambar 1.3 Promo Indomaret Menggunakan <i>Gopay</i>	3
Gambar 2.1 Teori Piramida Kebutuhan <i>Maslow</i>	10
Gambar 2.2 Kerangka Konsep Penelitian	17
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	33
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	33

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	6
Tabel 3.1 Indikator <i>Brand Preference</i>	19
Tabel 3.2 Indikator <i>Purchase Intention</i>	19
Tabel 3.3 Pengukuran skala <i>likert</i>	21
Tabel 4.1 Deskripsi Data.....	27
Tabel 4.2 Deskripsi Data (Lanjutan).....	28
Tabel 4.3 Hasil Analisis Deskriptif <i>Brand Preference</i>	29
Tabel 4.4 Hasil Analisis <i>Purchase Intention</i>	30
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas <i>Brand Preference</i>	31
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas <i>Purchase Intention</i>	31
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	32
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	34
Tabel 4.9 Hasil Uji t.....	35
Tabel 4.10 Hasil Koefisien Determinasi	35