

PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HIJAB ZYTADELIA DI DUTAMALL BANJARMASIN

Syifa Amalia¹, Dwi Wahyu Artiningsih², Junaidi³

¹Manajemen, 61201,Fakultas Ekonomi,Universitas Islam Kalimantan MAB, NPM.193111120

²Manajemen, 61201,Fakultas Ekonomi,Universitas Islam Kalimantan MAB, NIDN. 1119056501

³Manajemen, 61201,Fakultas Ekonomi,Universitas Islam Kalimantan MAB,NIDN. 1106037801

Email:syifaamalia2001@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian hijab pada Zytadelia Dutamall Banjarmasin.

Rancangan penelitian ini yaitu kuantitatif, populasi penelitian yaitu konsumen yang pernah membeli produk Zytadelia DutaMall Banjarmasin. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 40 responden dan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner, teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana.

Berlandaskan hasil analisis data yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa variabel citra merek dengan signifikansi nya sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi $\alpha = 0,05$ menunjukkan H_0 ditolak yang artinya variabel citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian, serta citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 24,9% dan sisanya sebesar 75,1% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini seperti pelayanan, promosi, dan yang lainnya.

Kata Kunci : Citra Merek, Keputusan Pembelian, Hijab Zytadelia

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, Rifqah Purnama., Ilham Alimuddin, dan Abdul Malik. (2019). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Zoya pada Outlet Zoya cabang Perintis Makassar. *Jurnal Mirai Management*, 4(2).
- Amilia, Suri dan M. Oloan Asmara Nst. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 6(1).
- Anang, Firmansyah. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek*. Jawa Timur: Qiara Media.
- A.B. Susanto dan Himawan Wijanarko. (2014). *Power Branding*. Jakarta : Quantum Bisnis dan Manajemen.
- Bailey, S. dan Milligan A. (2022). *ON BRANDING: Dampak Digital Terhadap Merek*. Buhana Ilmu Populer.
- Djaslim, Saladin. (2018). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian* Edisi kedua. Bandung: CV Linda Karya.
- Fatih Imantoro, S.S. (2018). Pengaruh Citra Merek, Iklan, dan Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian (survey terhadap Konsumen Mi Instan Merek Indomie di Wilayah Um Al-Hamam Riyadh). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 180.
- Fristiana, D. A. (2012). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada ramai swalayan Peterongan Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3-4.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halimah. (2015). Pengaruh Brand Image Rokok Dunhill Terhadap Keputusan Pembelian Di Kota Pontianak. *JURNAL*, 4.
- Kiswanto., Ratna Pudyaningih, dan Nurul Akramiah. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Talas. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 4(1).
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran* Jilid 2, edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran* Edisi 12 Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT Indeks.
- Muhson, Ali. (2012). *Modul Pelatihan SPSS*. Diktat UNY, Yogyakarta.
- Maiyola, R. (2020). *PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI SMARTPHONE XIAOMI (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen FEUNJ)*
- Pradana, Dedhy., Syarifah Hidayah dan Rahmawati. (2017). Pengaruh Harga Kualitas Produk dan Citra Merek Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor. *Kinerja*, 14(1).
- Salfina, Lili dan Heza Gusri. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pakaian Anak-Anak Studi Kasus Toko Rizky dan Afdal Pariaman. *Indonesian Indovisi Institute*, 1(1).
- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. (2018). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Indeks.
- Sudarmanto, R. Gunawan. (2005). *Analisis Regresi Linier Ganda dengan SPSS*. Yogyakarta: Ghalia Ilmu.
- Sudjana. (2005). *Metode Statistika*. Bandung: Tarsito.
- Sugiarti, Any. (2016). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Member Membeli Busana Muslim di Toko Rabbani Asysa Bengkulu. *Skripsi*. Program Studi Ekonomi Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : PT Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- Surachman. (2018). *Dasar-dasar Manajemen Merek (Alat Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan)*. Malang : Bayumedia Publishing.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: PUSTAKA BARU PRESS.
- Tingkir, C. F. (2014). Pengaruh Identitas Merek terhadap Loyalitas Merek Melalui Citra Merek dan Kepercayaan Merek Toyota. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 63.
- Venessa, I., dan Arifin Z. (2015). Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malah Tahun Angkatan 2013/2014 dan 2014/2015 Pengguna Kartu Pra-Bayar Simpati. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51(1).
- Yoeliastuti., Evalina Darlin, dan Eko Sugiyanto. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Penjualan Online Shopee. *Jurnal Lentera Bisnis*