

# **Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei Pembeli iPhone di Toko PStore)**

**Dendy Gustian**

## **Abstrak**

Reputasi perusahaan menjadi salah satu acuan bagi konsumen dalam membuat berbagai macam keputusan, salah satunya keputusan dalam melakukan pembelian. Setiap perusahaan telah memiliki reputasi tertentu di mata publik. Reputasi suatu perusahaan dapat dikategorikan sebagai baik maupun buruk. Tujuan penelitian, untuk menganalisis besarnya pengaruh reputasi perusahaan dari sebuah toko *smartphone* non-resmi PStore dalam mempengaruhi keputusan pembelian iPhone oleh konsumen. Penelitian ini menggunakan konsep reputasi perusahaan, persepsi harga, dan keputusan pembelian konsumen. Selain itu, teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Corporate Reputation Theory*. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif. Lokasi penelitian ini adalah di akun Instagram *followers* akun @pst0re. Populasi dalam penelitian sebanyak 3.400.000 orang berdasarkan jumlah pengikut Instagram @pst0re dengan diambil sampel menggunakan teknik *probability sampling* 100 responden. Untuk mengetahui adanya hubungan dan pengaruh peneliti menggunakan uji korelasi dan koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hasil hipotesis penelitian membuktikan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, Terdapat pengaruh Reputasi Perusahaan (PStore) terhadap keputusan pembelian iPhone. Penelitian ini memberikan informasi bahwa reputasi itu penting dan harus dibangun dengan baik, sehingga dapat meningkatkan citra perusahaan di mata publik.

**Kata Kunci:** Reputasi, Perusahaan, Konsumen, Keputusan pembelian, *Smartphone*, iPhone

***The Influence of Corporate Reputation toward The Consumer Buying Decision  
(Survey to The Consumer of iPhone in PStore)***

**Dendy Gustian**

**Abstract**

*The corporate reputation becomes one of the consideration points by the consumer in making the decision to buy. Each corporate has its own reputation in terms of public perspective. Company reputation can be described as good and bad. The purpose of this research is to analyze how significant the influence of corporate reputation of unofficial smartphone store PStore on the iPhone's consumer buying decision. This research used the concepts of corporate reputation, price perception, and consumer buying decision. Also, the theory used The Corporate Reputation Theory. The method used is a quantitative method with the type of explanatory research. The location of this research is followers of Instagram account of @pst0re. The population in the study was 3.400.000 people using probability sampling techniques sampling of 99 respondents. To find out the relationships and influence of researchers using correlation tests and coefficient of determination. The results of this study indicate that the results of the research hypothesis prove that  $H_0$  was rejected and  $H_a$  was accepted. There was an influence of the Corporate Reputation on the iPhone's consumer buying decision. This research gives us information that the reputation is important and must be built properly, so that it can improve the company's image in the public eyes.*

**Keywords:** *Reputation, Corporate, Consumer, Buying Decision, Smartphone, iPhone*