Judul Skripsi:

PENGARUH REPUTASI PERUSAHAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (SURVEI PEMBELI *IPHONE* DI TOKO PSTORE)

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama: Dendy Gustian

NIM: 1710411019

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL

VETERAN JAKARTA

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah dinyatakan dengan benar:

Nama : Dendy Gustian

NIM : 1710411019

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku

Bogor, 31 Juli 2021

Yang Menyatakan,

Dendy Gustian

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Dendy Gustian

NIM : 1710411019

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei Pembeli iPhone di Toko PStore)

Bahwa penulis skripsi ini telah disetujui oleh Pembimbing I maupun Pembimbing II skripsi dan Ketua Program Studi, sebagai persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana, pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.

Pembimbing I

(Dr. Kusumajanti, M.Si)

Pembimbing II

(Ratu Laura Mulia BP., M.Sc)

Ketua Program Studi

(Maria Febiana Christanti, S.Sos., M.Si)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 21 Juli 2021

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dendy Gustian

NIM : 1710411019

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta Hak Bebas Royalti *Non-Eksklusif* atas karya ilmiah saya yang berjudul:

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

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalih media formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 31 Juli 2021

Yang menyatakan,

Dendy Gustian

KATA PENGANTAR

Dengan mengucap syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan Karunia, Taufik, Hidayah, Rahmat dan Ridho-Nya, sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Proses penyusunan Skripsi yang berjudul Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei Pembeli iPhone di PStore) ini melibatkan banyak pihak yang terkait. Untuk itu, penulis bermaksud mengucapkan terima kasih atas dukungan dan bantuan yang diberikan dengan tulus terutama kepada:

1. Dr. R Dudy Heryadi, M.Si selaku Dekan FISIP UPN "Veteran" Jakarta.
2. Dr. Kusumajanti, M.Si selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah memberikan masukan dan arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Ratu Laura Mulia BP., M.Sc selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan masukan dan arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Maria Febiana Christanti, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.
5. Kedua orang tua tercinta yaitu Bapak Ridwan dan Ibu Nunung yang telah memberikan doa dan dukungan untuk penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Sahabat dan teman-teman penulis yang telah memberikan dukungan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini walaupun di tengah kondisi pandemi yang sangat memilukan.
7. Seluruh responden yang telah berpartisipasi dalam membantu pengisian kuesioer sehingga penulis dapat menyusun penelitian ini dengan baik.
8. Mahasiswa Ilmu Komunikasi UPNVJ Angkatan 2017 yang saling mendukung dan memberikan semangat dalam menghadapi semester akhir perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih sangat jauh dari kata sempurna. Oleh karenanya, penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak, dan dapat diterima untuk penelitian selanjutnya.

Jakarta, Juli 2021

Dendy Gustian

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 Ho ditolak dan Ha 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 Desicion (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 Ho was rejected and Ha 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*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS ii

PENGESAHAN SKRIPSI ii

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI iv

KATA PENGANTAR vi

ABSTRAK vii

ABSTRACK viii

DAFTAR ISI viiix

DAFTAR GAMBAR xi

DAFTAR TABEL xiii

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 10

1.3 Tujuan Penelitian 10

1.4 Manfaat Penelitian 11

BAB II KAJIAN TEORI 12

2.1 Penelitian Terdahulu 12

2.2 Konsep Penelitian 18

2.3 Teori Penelitian 26

2.4 Kerangka Berfikir 29

2.5 Hipotesis Penelitian 30

BAB III METODE PENELITIAN 31

3.1 Metodologi Penelitian 31

3.2 Operasionalisasi Variabel 33

3.3 Populasi dan Sampel 35

3.4 Metode Pengumpulan Data 37
3.5 Metode Analisis Data 37
3.6 Uji Hipotesis.....43
3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian.....45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 46
4.1 Deskripsi Objek Penelitian 46
4.2 Hasil Penelitian 51
4.3 Analisis Uji Korelasi.....68
4.4 Analisis Uji Koefisien Determinasi 70
4.5 Analisis Uji Hipotesis 70
4.6 Pembahasan 71
BAB 5 KESIMPULAN.....78
5.1 Kesimpulan 78
5.2 Saran 79
DAFTAR PUSTAKA 81
DAFTAR LAMPIRAN 84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Statistik Konsumen *Smartphone* di Indonesia 2016-2019 2

Gambar 1.2 Statistik Pembelian *Smartphone* di Indonesia per September 2020.....3

Gambar 1.3 Gerai PStore yang berlokasi di Batam 5

Gambar 1.4 Perbandingan Harga iPhone 6

Gambar 1.5 Review iPhone PStore di YouTube.....7

Gambar 1.6 Portal berita kasus Putra Siregar 8

Gambar 1.7 Feeds Instagram akun PStore (@pst0re) 10

Gambar 2.1 Komponen Reputasi 20

Gambar 2.2 Model Lima Tahap Proses Pembelian Konsumen 25

Gambar 2.3 Hubungan Identitas dengan Reputasi 26

Gambar 2.4 *Whats Makes Good Reputation* 28

Gambar 2.5 Kerangka Berfikir.....29

Gambar 4.1 Smartphone terlaris kuartal III-2020 versi Canalys 47

Gambar 4.2 Logo PStore.....49

Gambar 4.3.1 Jenis Kelamin 52

Gambar 4.3.2 Usia.....52

Gambar 4.3.3 Pekerjaan 53

Gambar 4.3.4 Frekuensi Kunjungan ke Akun Instagram @pstore 53

Gambar 4.4.1 PStore Toko Smartphone Terkenal 54

Gambar 4.4.2 PStore memiliki citra yang baik di mata public 55

Gambar 4.4.3 PStore berkomitmen dalam memberikan pelayanan berkualitas 55

Gambar 4.4.4 PStore konsisten memberikan pelayanan kepada konsumen 56

Gambar 4.4.5 PStore menjamin kualitas produk iPhone yang dijualnya.....56

Gambar 4.4.6 PStore memenuhi jumlah produk yang dibutuhkan konsumen.....57

Gambar 4.4.7 PStore menjamin keaslian iPhone yang dijualnya 57
Gambar 4.4.8 Informasi yang disampaikan PStore melalui konten Instagram.....58
Gambar 4.4.9 Pencitraan PStore melalui akun instagramnya sesuai 58
Gambar 4.4.10 Promosi yang dilakukan oleh artis dan Influencer.....59
Gambar 4.4.11 PStore bertanggungjawab atas keamanan konsumen.....60
Gambar 4.4.12 PStore bertanggungjawab dalam merespon 60
Gambar 4.4.13 PStore peduli terhadap konsumen melalui program 61
Gambar 4.5.1 iPhone yang dijual PStore memiliki kualitas yang sama baiknya...62
Gambar 4.5.2 Harga yang dijual lebih murah.....62
Gambar 4.5.3 Lokasi toko yang terjangkau 63
Gambar 4.5.4 Pelayanan dapat diandalkan baik secara online maupun offline.....64
Gambar 4.5.5 dapat memenuhi banyaknya jumlah produk yang dibutuhkan.....64
Gambar 4.5.6 Dapat mengetahui jumlah ketersediaan stok produk.....65
Gambar 4.5.7 Proses pembeliannya yang cepat.....65
Gambar 4.5.8 Pelayanan yang sigap dan tidak memakan waktu banyak.....66
Gambar 4.5.9 Metode pembayaran yang mudah dan leluasa.....66
Gambar 4.5.10 Metode pembayaran yang aman dan terjamin.....67
Gambar 4.5.11 Pemberitaan media massa terhadap kasus PStore.....67
Gambar 4.5.12 Konten Review dan komentar negatif terhadap PStore 68
Gambar 4.6 Hasil Uji Korelasi.....69
Gambar 4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi 70
Gambar 4.8 Hasil Uji Hipotesis 71

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel…….. 35
Tabel 3.2 Uji Validitas Variabel X…… 39
Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel Y…… 40
Tabel 3.4 Rumus Alpha Cronbach……. 41
Tabel 3.5 Nilai Koefisien (Korelasi R)…….. 43
Tabel 3.6 Waktu Penelitian…… 45