

ABSTRAK

PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BIMBINGAN BELAJAR *ONLINE* RUANGGURU DI SMAN 1 BANYUSARI KARAWANG

Siti Sulikah

ps17.sitisulikah@mhs.ubpkarawang.ac.id

Revolusi industri 4.0 berdampak pada dunia pendidikan di Indonesia, sehingga pembelajaran dapat dilakukan dengan berbagai media teknologi. Saat ini seluruh dunia termasuk Indonesia sedang menghadapi pandemi Covid-19 sehingga pembelajaran harus dilakukan dalam jaringan. Fakta menunjukkan bahwa di masa pandemi kenaikan keputusan pembelian pengguna bimbingan belajar *online* Ruangguru meningkat tinggi, salah satu faktor yang memengaruhi keputusan pembelian adalah citra merek. Keputusan pembelian dalam penelitian ini sebagai variabel dependen dan citra merek sebagai variabel independen. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Ruangguru SMAN 1 Banyusari Karawang sebanyak 317 siswa dengan sampel sebanyak 176 siswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai t_{hitung} 9,494 > 1,973 t_{tabel} dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang artinya H_a diterima dan H_0 ditolak. Nilai R^2 diperoleh sebesar 0,341 yang artinya pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian sebesar 34,1% sedangkan sisanya 65,9% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

KARAWANG

Kata kunci : keputusan pembelian, citra merek, ruangguru

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE TOWARDS PURCHASING DECISIONS OF RUANGGURU'S TUTORING ONLINE AT SMAN 1 BANYUSARI KARAWANG

Siti Sulikah

(ps17.sitisulikah@mhs.ubpkarawang.ac.id)

Industrial revolution 4.0 has had an impact on the world of education in Indonesia. Learning can be conducted with various technological media. Currently, the whole world, including Indonesia, faces the Covid-19 pandemic, so the learning process must be conducted online. The fact shows that during the pandemic, the purchasing decision of Ruangguru online tutoring users has increased significantly. One of the factors that influence purchasing decisions is brand image. Purchasing decisions in this study as the dependent variable and brand image as the independent variable. The population in this study were the users of Ruangguru at SMAN 1 Banyusari Karawang as many as 317 students and 176 students were taken as samples. The results of this research shows that brand image affects purchasing decisions with a count of $9.494 > 1.973$ t table with a significance value of $0.000 < 0.05$, which means H_a is accepted and H_0 is rejected. The value of R square obtained is 0.341, which means that the influence of brand image on purchasing decisions is 34.1%. While the remaining 65.9% is influenced by other variables not included in this study.

KARAWANG

Keywords: brand image, purchasing decisions, ruangguru

KATA PENGANTAR

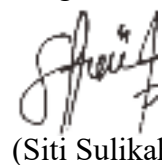
Puji syukur kepada Allah SWT berkat rahmat, hidayah, dan karunia-nya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul “Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Bimbingan Belajar *Online* Ruangguru Di SMAN 1 Banyusari Karawang”

Penulis juga mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Dedi Mulyadi, SE., M.M. Rektor Universitas Buana Perjuangan Karawang.
2. Ibu Cempaka Putrie Dimala, M.Psi, Psikolog Dekan Fakultas Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang.
3. Ibu Linda Mora Siregar, M.Psi, Psikolog Koordinator Program Studi Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang
4. Ibu Lania Muharsih, M.Psi, Psikolog dosen pembimbing I yang telah membantu membimbing dalam menyusun tugas akhir.
5. Bapak Marhisar Simatupang, M.Psi dosen pembimbing II yang telah membantu membimbing dalam menyusun tugas akhir.
6. Suami, orang tua, keluarga, teman, dan sahabat yang selalu memberikan dukungan dalam menyelesaikan tugas akhir.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan tugas akhir ini, semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat, baik sebagai sumber informasi maupun sumber inspirasi, bagi para pembaca serta dapat berguna untuk perkembangan khazanah keilmuan psikologi.

Karawang, 29 Juli 2021



(Siti Sulikah)