

**PENGARUH CITRA MEREK JAMU TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
MASA PANDEMI COVID -19 (STUDI PADA UKM JAMU MBAH ATOEL WAY
KANDIS BANDAR LAMPUNG)**

FLORANTINA KRISDAYANTI

2018112121

ABSTRAK

Jamu Mbah Atoel merupakan jenis usaha rumahan UKM (Usaha Kecil Menengah) jamu herbal rempah alami tanpa pemanis buatan dan tanpa pengawet serta tanpa endapan atau pati. Dalam penelitian ini penulis hanya fokus pada seberapa besar dikenalnya suatu produk jamu kemasan bubuk di wilayah Way Kandis Bandar Lampung.

Rumusan masalah penelitian ini adalah “Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian jamu herbal merek Mbah Atoel?” tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh citra merek jamu herbal merek Mbah Atoel terhadap keputusan pembelian pada UKM Jamu Mbah Atoel dimasa pandemi covid -19.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Pengaruh yang signifikan dari Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Jamu Mbah Atoel Pada Masa Pandemi Covid-19 di Way Kandis Bandar Lampung. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling yaitu pengambilan sampel secara sengaja sesuai dengan persyaratan sampel yang diperlukan untuk melihat bagaimana kelanjutan usaha ditahun yang akan datang. Responden dalam penelitian ini adalah 100 orang yang merupakan konsumen setia jamu Mbah Atoel atau konsumen baru yang minimal satu kali melakukan pembelian. Instrument penelitian yang digunakan adalah kuesioner yang bersumber dari pengembangan operasional variabel.

Dengan koefisien determinasi berganda (R^2) sebesar 0,550 yang berarti 55,0% dari Keputusan Pembelian Jamu Mbah Atoel dapat dipengaruhi oleh variabel Citra Merek. Persamaan garis regresinya adalah $Y = 17,759 + 0,759X$. Citra Merek mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Jamu Mbah Atoel Pada Masa Pandemi Covid-19 di Way Kandis Bandar Lampung, hal ini dapat dilihat dari besarnya nilai koefisien regresi yang bertanda positif sebesar 0,759. Dapat diketahui dari hasil pengujian statistik yang ditunjukkan oleh besarnya nilai $t_{hitung} > \text{nilai } t_{tabel}$ atau $10,937 > \text{statistik } t_{tabel}$ 1,66. Dengan demikian H_0 : ditolak dan H_a diterima. Dapat ditarik kesimpulan bahwa memang terdapat pengaruh yang signifikan antara Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Jamu Mbah Atoel Pada Masa Pandemi Covid-19 di Bandar Lampung.

Kata Kunci : Citra Merek, Keputusan Pembelian

**THE EFFECT OF JAMU BRAND IMAGE ON PURCHASE DECISIONS DURING THE
COVID-19 PANDEMIC (STUDY ON JAMU SMEs, MBAH ATOEL WAY KANDIS
BANDAR LAMPUNG)**

FLORANTINA KRISDAYANTI

2018112121

ABSTRACT

Mbah Atoel's herbal medicine is a type of home- based business SMEs (Small and Medium Enterprises) herbal medicine with natural herbs and spices without artificial sweeteners and preservatives and without sediment or starch. In study, the author only focuses on how the powder herbal medicine product is well known for the society at Way Kandis area, Bandar Lampung. The formulation of the research problem is does brand image affect for purchasing decisions of Mbah Atoel's herbal medicine ? The purpose of this study is to analyze the affect of Mbah Atoel's herbal medicine brand image on purchasing decisions of Mbah Atoel herbal medicine during the covid-19 pandemic.

This type of research is a quantitative research. The significant influence of brand image on the purchase decisions of Mbah Atoel's herbal medicine during the covid-19 pandemic at Way Kandis Bandar Lampung. The sample used in this study is purposive, namely sampling deliberately in accordance with the sample requirements needed to see how the bussiness will continue in next year. Respondents in the study were 100 people who were loyal consumers of Mbah Atoel's herbal medicine or new customers who made a purchase at least only. The research instrument used is a questionnaire sourced from the development of operational variabels.

Based on a multiple determination coefficient (R^2) of 0,550, which means 55,0% of Mbah Atoel's herbal medicine purchase decision can be influenced by the brand image variable. The regression line equation is $Y= 17,759 + 0,759X$. Brand image has a positive and significant influence on the purchase decision of Mbah Atoel's herbal medicine during the covid -19 pandemic at Way Kandis Bandar Lampung, this can be seen from the magnitudeof the regression coefficient value which is positive at 0,759. It can be seen from the result of statistical tests indicated by the magnitude of the t-count value $>$ the t- table value or $10,937 >$ the t –table statistic of 1,66. Thus H_0 : rejected and H_a : accepted. It can be concluded that there is a significant influence between brand image on the purchase decision of Mbah Atoel herbal medicine during the covid-19 pandemic in Bandar Lampung.

Keywords: Brand Image, Purchase Decision