

**PENGARUH *BRAND EXPERIENCE* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SEMEN BATURAJA
(STUDI KASUS PADA TB. RIDHO JAYA)**



KARYA AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Meraih Gelar Strata Satu
pada Program Studi Manajemen**

Disusun Oleh :

RIZKY RAHMATULLAH

211510043

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL HUMANIORA
UNIVERSITAS BINA DARMA
2025**

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

**PENGARUH *BRAND EXPERIENCE* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SEMEN BATURAJA
(STUDI KASUS PADA TB. RIDHO JAYA)**

RIZKY RAHMATULLAH

211510043

KARYA AKHIR

**Telah Diterima Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Pada
Program Studi Manajemen**

MENYETUJUI

Palembang, Mei 2025

Fakultas Sosial Humaniora

Universitas Bina Darma

Pembimbing,



Sabeli Aliya, S.E.I., M.M

Dekan Fakultas Sosial Humaniora,



**Universitas Bina Darma
Fakultas Sosial Humaniora**

Nuzsep Almigo, S.Psi., M.Si, Ph.D

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

Penelitian ini berjudul “PENGARUH BRAND EXPERIENCE DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEMEN BATURAJA (STUDI KASUS PADA TB. RIDHO JAYA)”.

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal dan dinyatakan sudah memenuhi syarat untuk diterima.

KOMISI PENGUJI

- | | | |
|-----------------------------------|-------------------|---------|
| 1. Sabeli Aliya, S.E.I., M.M | Ketua Penguji | (.....) |
| 2. M. Amirudin Syarif, S.Si., M.M | Anggota Penguji 1 | (.....) |
| 3. Irwan Septayudha, S.E., M.Si | Anggota Penguji 2 | (.....) |

Ketua Program Studi Manajemen

Universitas Bina
Darmas
Fakultas Sosial Humaniora

Dr. Trisninawati, S.E., M.M

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : RIZKY RAHMATULLAH

Nim : 211510043

Dengan Ini Menyatakan bahwa:

1. Karya Tulis saya adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana) di Universitas Bina Darma atau Perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya dengan arahan dari tim pembimbing.
3. Didalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah di tulis atau di publikasi orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dikutip dengan mencantumkan nama pengarang dan memasukkan ke dalam daftar rujukan.
4. Saya bersedia karya tulis ini di cek keasliannya menggunakan *plagiarism checker* serta di unggah ke internet, sehingga dapat di akses secara daring.
5. Surat pernyataan ini saya tulis dengan sungguh-sungguh dan apabilaterbukti melakukan penyimpangan atau ketidak benaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi dengan peraturan dan perundang-undangan yang berlaku

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palembang, 12 Juni 2025

Yang membuat pernyataan



RIZKY RAHMATULLAH

ABSTRAK

Dalam lanskap industri semen yang semakin kompetitif, ketika pilihan konsumen di pasar semen semakin beragam, keputusan pembelian konsumen tidak lagi hanya bergantung pada aspek fungsional produk semata. Konsumen kini lebih mempertimbangkan nilai emosional, persepsi, serta pengalaman yang terbentuk dari interaksi mereka dengan merek. Brand experience dan brand image menjadi dua elemen penting yang mempengaruhi bagaimana konsumen mengambil keputusan dalam memilih suatu produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh brand experience dan brand image terhadap keputusan pembelian produk Semen Baturaja pada pelanggan Toko Bangunan Ridho Jaya di Kabupaten Banyuwasin. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain asosiatif-kausal. Sampel penelitian sebanyak 115 responden dipilih melalui teknik simple random sampling. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner berskala Likert. Analisis data mencakup uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, serta koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa brand experience berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t sebesar 3,220 ($p = 0,002$), sedangkan brand image menunjukkan pengaruh positif dan signifikan dengan nilai t sebesar 2,986 ($p = 0,004$). Secara simultan, kedua variabel memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai F sebesar 15,821 ($p = 0,000$). Temuan ini memberikan dasar empiris bahwa strategi peningkatan pengalaman dan citra merek secara terintegrasi memiliki peran penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci : *Brand Experince, Brand Image*, dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

In the increasingly competitive landscape of the cement industry, where consumer choices are becoming more diverse, purchasing decisions are no longer driven solely by a product's functional attributes. Today's consumers place greater emphasis on emotional value, personal perception, and the experiences formed through their interactions with a brand. Brand experience and brand image have thus emerged as two critical factors influencing consumer decision-making processes. This study investigates the impact of brand experience and brand image on the purchasing decisions of Baturaja Cement among customers of Toko Bangunan Ridho Jaya in Banyuasin Regency. Employing a quantitative approach with an associative-causal research design, the study drew a sample of 115 respondents selected through simple random sampling. Data were gathered using Likert-scale questionnaires and analyzed through a series of statistical tests, including validity and reliability assessments, classical assumption testing, multiple linear regression analysis, t-tests, F-test, and the coefficient of determination. The findings reveal that brand experience has a positive and significant influence on purchasing decisions ($t = 3.220, p = 0.002$), as does brand image ($t = 2.986, p = 0.004$). Moreover, both variables jointly exert a significant effect ($F = 15.821, p = 0.000$). These results provide empirical support for the importance of integrated strategies that strengthen brand experience and brand image in shaping consumer purchasing behavior.

Keywords : *Brand Experience, Brand Image, and Purchase Decision.*

MOTO DAN PERSEMBAHAN HIDUP

MOTTO :

"Success is not the key to happiness. Happiness is the key to success.

If you love what you are doing, you will be successful."

(Albert Schweitzer)

"Tidak ada yang akan menuai kecuali apa yang mereka tabur"

(QS. Al-An'am : 164)

PERSEMBAHAN :

Laporan ini saya persembahkan untuk :

1. Teristimewa kepada cinta pertama saya, yaitu Ibunda Fitriyanti orang yang sangat berjasa dalam hidup saya, yang selalu mengusahakan anak pertamanya ini menempuh pendidikan setinggi-tingginya sebagai bukti kepada mereka bahwa mama bisa memberikan pendidikan yang maksimal kepada putra-putranya, Terimakasih atas setiap cucuran keringat dan kerja keras yang selalu mama usahakan demi saya, Terimakasih telah menjadi penyemangat dan menjadi sandaran terkuat dari kerasnya dunia, mama yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta, terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan saya, terimakasih untuk semua berkat doa dan dukungan mama sampai bisa dititik ini. Sehat selalu dan hiduplah lebih lama lagi, mama harus selalu ada disetiap perjalanan saya.

2. Teruntuk panutan saya, yaitu Ayahanda Jhoni Hendra, Terimakasih atas kehadiran papa di kehidupan saya, Terimakasih atas dukungan berupa moril maupun materil yang sudah papa keluarkan demi keberlangsungan pendidikan saya. Terimakasih sudah memberikan yang terbaik untuk saya dan keikhlasan papa untuk menjadi sandaran serta pengingat dikala saya membutuhkan tempat untuk bersandar.
3. Teruntuk Yai dan Nyai saya, Alm. Ahmad Nizom, dan Nurjanah, Terimakasih telah membantu dalam membesarkan cucumu ini, terimakasih untuk nasihat dan dukungan yang terus diberikan.
4. Adik saya, Ridho Refaldo yang memberikan semangat dan dukungannya secara goib alias tidak nampak, tetapi saya yakin dan percaya bahwa dia selalu mendukung setiap langkah yang saya lalui.
5. Alm. Cartas dan Almh. Hj Casmira yang merupakan mbah dari saya yang selama masa hidupnya selalu percaya dan mendoakan saya hingga mendapatkan pencapaian ini.
6. Sahabat seperjuangan saya, Septa Yunanda Fitri dan Mukmin Hidayat yang selalu kebersamai serta membantu dalam kerumitan dalam menyusun skripsi ini. Terimakasih untuk semua perjalanan yang sudah kita lalui bersama, canda tawa, pengalaman, dan dukungan sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini supaya dapat wisuda bersama-sama.
7. Sahabat saya Lidia Karunia May Samosir dan Agung Ramadani Orang yang selalu saya jadikan tempat untuk meminta saran dan pendapat, Terimakasih sudah berbagi cerita yang membukakan pemikiran saya dalam penulisan skripsi ini, Terimakasih orang baik.

8. Strong Humans Aon5G yang beranggotakan Rizky (saya sendiri), Mutiara, Nurlita, Nadia, dan Sazili, Terimakasih untuk perjalanan yang sudah kita lalui dari bangku SMP hingga saat ini, Terimakasih sudah menjadi orang baik yang selalu memberikan motivasi, arahan dan dukungan disaat saya tidak percaya akan diri sendiri, kalian selalu meyakinkan jika saya mampu, hingga saat ini saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Rekan-rekan kelas MNKR 2021, yang terdiri Lewis Calvin, Sulaiman, Lidia, Bella Lestari, M. Ronan Malika, Terimakasih atas segala canda, tawa, pengalaman, serta kebersamaan yang sudah tercipta selama ini. Terimakasih atas dukungannya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini bersama kalian di Universitas Bina Darma.
10. Almamater saya, Universitas Bina Darma Palembang sebagai wujud cinta dan dedikasi atas segala ilmu, pengalaman, dan nilai yang telah diberikan.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Rizky Rahmatullah

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Tempat/Tanggal Lahir : Banyuasin, 20 Agustus 2004

Alamat : Desa. Sungai Pinang, Kab. Banyuasin

No telpon/HP : 089624400127

Nama Orang Tua

 Ayah : Karsono

 Ibu : Fitriyanti

 Status Dalam Keluarga : Anak Pertama dari dua saudara

 Nama Saudara : Ridho Rafeldo

Riwayat Pendidikan

 SD : SD Negeri 3 Rambutan

 SMP : SMP Negeri 24 Palembang

 SMK : SMK Negeri 8 Palembang

 SARJANA : Universitas Bina Darma Palembang

Pendidikan Non-formal : Kursus Komputer LKP Palcomtech Opi

KATA PENGHANTAR

Dengan mengucapkan Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penyusunan Karya Akhir yang berjudul "Pengaruh Brand Experience Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Semen Baturaja (Studi Kasus Pada TB. Ridho Jaya)" ini dapat diselesaikan guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan pada Jurusan Program Studi Manajemen Fakultas Sosial Humaniora Universitas Bina Darma Palembang.

Perjalanan panjang telah penulis lalui dalam rangka menyelesaikan penulisan Karya Akhir ini. Banyak hambatan yang dihadapi dalam penyusunannya, namun berkat kehendak-Nyalah sehingga penulis berhasil menyelesaikan penulisan Karya Akhir ini. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati, pada kesempatan ini patutlah kiranya penulis mengucapkan terima kasih kepada:

- Prof. Dr. Sunda Ariana, M.Pd, M.M selaku Rektor Universitas Bina Darma.
- Nuzsep Almigo, S.Psi., M.Si, Ph.D selaku Dekan Fakultas Sosial Humaniora.
- Dr. Trisninawati, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen.
- Sabeli Aliya, S.E.I., M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu saya menyelesaikan laporan Karya Akhir ini.
- Pimpinan beserta karyawan TB. Ridho Jaya yang memberikan ilmu dan bantuan dalam penyediaan data yang dibutuhkan penulis.

- Pelanggan TB. Ridho Jaya yang bersedia membantu berpartisipasi dalam penelitian ini.
- Ayah dan Ibu tercinta beserta seluruh keluargaku yang tak bosan-bosannya memberikan dukungan baik moril maupun materil.
- Segenap pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan laporan Karya Akhir ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis dengan lapang dada menerima segala bentuk kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan karya ini di masa yang akan datang. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan, khususnya dalam bidang pemasaran dan pengembangan strategi merek.

Palembang, 12 Juni 2025

Yang membuat pernyataan

RIZKY RAHMATULLAH

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
MOTO DAN PERSEMBAHAN	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	x
KATA PENGHANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	9
1.6 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	11
2.1.2 <i>Brand Experience</i>	13
2.1.3 <i>Brand Image</i>	14
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	17
2.2.1 Hubungan <i>Brand Experience</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	17
2.2.2 Hubungan <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	18
2.2.3 Hubungan <i>Brand Experience</i> dan <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	20
2.3 Penelitian Terdahulu	20

2.4 Kerangka Berfikir	22
2.5 Hipotesis	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1 Objek Penelitian	25
3.2 Operasional Variabel.....	25
3.3 Jenis dan Sumber Data	26
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.5 Populasi dan Sampel	29
3.5.1 Populasi.....	29
3.5.2 Sampel	29
3.6 Teknik Analisis Data	31
3.6.1 Uji Instrument.....	31
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	35
3.6.3 Regresi Linier Berganda.....	37
3.6.4 Analisis Koefisien Korelasi (r)	37
3.6.5 Analisis Koefisien Determinasi (<i>R Square = R²</i>).....	38
3.6.6 Uji T	38
3.6.7 Uji F	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Profil TB. Ridho Jaya	41
4.1.1 Visi dan Misi.....	41
4.1.2 Struktur Organisasi	42
4.1.3 Tugas dan Wewenang.....	42
4.2 Karakteristik Responden.....	43
4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
4.2.2 Responden Berdasarkan Pendidikan.....	43
4.2.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
4.2.4 Responden Berdasarkan Pengalaman Menggunakan Semen Baturaja .	45
4.3 Hasil Penelitian	45
4.3.1 Variabel <i>Brand Experience (X1)</i>	45
4.3.2 Variabel <i>Brand Image (X2)</i>	49
4.3.3 Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	51
4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	54
4.4.1 Uji Validitas	54

4.4.2 Uji Reliabilitas	56
4.5 Hasil Pengujian Asumsi Klasik	57
4.5.1 Uji Normalitas	57
4.5.2 Uji Multikolinieritas	58
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	58
4.6 Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda	59
4.7 Hasil Pengujian Koefisien Korelasi (r)	61
4.8 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R²)	63
4.9 Hasil Uji Hipotesis	64
4.9.1 Uji F	64
4.9.2 Uji t	66
4.10 Pembahasan	68
4.10.1 Pengaruh <i>Brand Experience</i> Terhadap Keputusan Pembelian	68
4.10.2 Pengaruh <i>Brand Image (X₂)</i> Terhadap Keputusan Pembelian	70
4.10.3 Pengaruh <i>Brand Experience (X₂)</i> dan <i>Brand Image (X₂)</i> Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	23
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	42
Gambar 4.2 Grafik <i>Scatter Plot</i>	59



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	25
Tabel 3.2 Tabel Isaac dan Michael	31
Tabel 3.3 Skala Pengukuran Brand Experience (X1), Brand Image (X2), Dan Keputusan Pembelian (Y).....	33
Tabel 3.4 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	38
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Jenis Kelamin	43
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Pendidikan	44
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Pekerjaan	44
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Pengalaman Menggunakan Semen Baturaja ..	45
Tabel 4.5 Distribusi Responden Variabel Brand Experience (X1).....	46
Tabel 4.6 Distribusi Responden Variabel Brand Image (X2).....	49
Tabel 4.7 Distribusi Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	52
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Terhadap Variabel <i>Brand Experience (X1)</i> , <i>Brand Image (X2)</i> dan Keputusan Pembelian (Y)	55
Tabel 4.9 Reliability Statistik Terhadap Variabel <i>Brand Experience (X1)</i> , <i>Brand Image (X2)</i> dan Keputusan Pembelian (Y).....	57
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	58
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas VIF.....	58
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi.....	60
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Korelasi (r).....	62
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	64
Tabel 4.15 Hasil Uji F.....	65
Tabel 4.16 Hasil Uji T.....	66

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Data Kuesioner
- Lampiran 3 Lembar Balasan Penelitian
- Lampiran 4 Lembar Pengajuan Judul Karya Akhir
- Lampiran 5 Lembar Konsultasi
- Lampiran 6 Lembar Perbaikan Seminar Proposal
- Lampiran 7 Lembar Perbaikan Seminar Hasil
- Lampiran 8 Surat Keterangan Lulus Seminar proposal
- Lampiran 9 Lembar Turnitin
- Lampiran 10 Surat Keterangan Pembimbing
- Lampiran 11 Surat Keterangan Lulus Seminar Hasil
- Lampiran 12 Lembar LOA
- Lampiran 13 Point Cek