

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
MENJADI DONATUR DI LEMBAGA YATIM MANDIRI
CABANG JOMBANG**

SKRIPSI

Ditulis Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

NIFTAKUL ISNAINI

9.313.100.14

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI

2018

ABSTRAK

NIFTAKUL ISNAINI, Dosen Pembimbing Dr. H. Ahmad Syakur, LC. MEI dan Sri Anugrah Natalina, SE, MM : Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Menjadi Donatur di Lembaga Yatim Mandiri Cabang Jombang, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, IAIN Kediri, 2018.

Kata Kunci : Persepsi dan Keputusan Donatur

Persepsi konsumen pada dasarnya dipengaruhi oleh rangsangan fisik yang berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu yang bersangkutan. Dengan mengetahui perilaku konsumen dari persepsi yang muncul, perusahaan atau lembaga dapat mengetahui strategi selanjutnya yang akan diambil agar kepuasan konsumen selalu dapat terpenuhi. Pada akhirnya konsumen yang puas akan menyebarkan pengaruh yang positif kepada orang lain sehingga akan menimbulkan dampak yang baik bagi perusahaan. Sebuah persepsi berguna untuk membantu konsumen dalam menentukan sebuah keputusan yang dipilih.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi terhadap keputusan menjadi donatur di Lembaga Yatim Mandiri Cabang Jombang. Populasi dalam penelitian ini adalah 1.330 donatur rutin Lembaga Yatim Mandiri Cabang Jombang. Sedangkan pengambilan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan tabel Isaac dan Michael yaitu sebanyak 275 donatur. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *random sampling* (sampel yang diambil secara acak).

Dari hasil analisis data, dinyatakan bahwa data tidak normal untuk menormalkan data maka harus menghilangkan outlier dan jumlah sampel menjadi 232 donatur. Hasil penelitian ini, mengungkapkan bahwa persepsi (X) dan keputusan donatur (Y) berdistribusi normal, dilihat dari uji deskriptif yaitu variabel persepsi (X) menunjukkan nilai mean 39,91, median 39,50. Pada variabel keputusan donatur (Y) nilai mean 44,05, median 44,00. Nilai skewness variabel persepsi adalah 0,024 dan variabel keputusan donatur 0,045 jadi kecondongan data simetris atau berdistribusi normal. Dari hasil uji simultan yang terlihat dari signifikansi uji t sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Berarti bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan persepsi terhadap keputusan donatur. Sedangkan hasil analisis regresi linier sederhana menghasilkan model persamaan $Y = 6,703 + 0,936X$. Nilai konstanta dalam uji regresi linier sederhana sebesar 6,703 sedangkan koefisien regresi keputusan donatur adalah 0,936. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa jika persepsi meningkat maka akan meningkatkan pengambilan keputusan untuk menjadi donatur di Lembaga Yatim Mandiri Jombang. Berdasarkan analisis koefisien determinasi menunjukkan nilai R^2 sebesar 0,782, artinya sebesar 78,2% keputusan menjadi donatur Lembaga Yatim Mandiri Cabang Jombang dipengaruhi oleh persepsi. Sedangkan sisanya 21,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini antara lain faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi ataupun faktor lain dari faktor psikologis.