

**UNIVERSITAS BINA NUSANTARA**

---

School of Business Management  
Jurusan Management – International Marketing  
Skripsi Sarjana S1  
Semester Genap 2017/2018

**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, TRUST AND PERCEPTION PRICE  
ON THE VALUE OF PRODUCTS AND THEIR IMPACT ON PURCHASE  
INTENTION IN ONLINE BOOKING (ASTARA HOTEL BALIKPAPAN  
CASE STUDY)**

**Debiyanti Herman 1801452156**

**Tantri Anggraini 1801451853**

***ABSTRACT***

*The research objectives are to analyze the effects of Brand Image, Trust and Perception Price towards Product Value and the impact on Purchase Intention on consumer behavior of service companies (Astara Hotel Balikpapan) to find the right strategy in marketing service products. In optimizing the opportunities, the company must increase sales. Consumers choose a product and making purchasing decisions is usually influenced by various things. Consumer behavior is very influential in purchasing a product, one crucial factor for knowing consumer behavior is learning psychological factors from consumers. Consumer decision making is an integration process that combines knowledge for evaluate two or more alternative behaviors and choose one in-between them. The high occupancy and the substantial number of hotels in the city of Balikpapan also serve as a reference for analyzing how consumers behave in choosing hotels for online reservations.*

*The research method used in this Final Thesis Task research is quantitative associative research method of case analysis which aims to intensively study the background of the current state and the interaction of the environment of an object. The independent variables in this study are Brand Image (X1), Trust (X2), Perception Price (X3), the connecting variable is the Product Value (X4) and the dependent variable is Purchase Intention (X5)*

**Keywords:** *Consumer Behavior, Brand Image, Trust, Perception Price, Product Value, Purchase Intention, Hotel, Online Travel Agent.*

# UNIVERSITAS BINA NUSANTARA

---

School of Business Management  
Jurusan Management – International Marketing  
Skripsi Sarjana S1  
Semester Genap 2017/2018

## **PENGARUH CITRA MERK, KEPERCAYAAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP NILAI PRODUK SERTA DAMPAKNYA TERHADAP NIAT PEMBELIAN PADA ONLINE BOOKING (STUDI KASUS ASTARA HOTEL BALIKPAPAN)**

**Debiyanti Herman 1801452156**

**Tantri Anggraini 1801451853**

### **ABSTRAK**

Tujuan Penelitian, ini untuk menganalisa efek Citra Merk, Kepercayaan, Persepsi Harga, Nilai Produk dan Niat Pembelian pada perilaku konsumen perusahaan jasa (Astara Hotel Balikpapan) agar dapat mencari strategi yang tepat dalam pemasaran produk jasa. Dalam mengoptimalkan peluang perusahaan harus meningkatkan penjualan, konsumen memilih suatu produk dan melakukan keputusan pembelian biasanya dipengaruhi oleh berbagai hal. Perilaku konsumen sangatlah berpengaruh dalam keputusan pembelian suatu produk, salah satu faktor yang penting untuk mengetahui perilaku konsumen adalah dengan mempelajari faktor psikologis dari konsumen. Pengambilan keputusan konsumen merupakan proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Tingginya okupansi perhotelan dan banyaknya hotel-hotel yang berada di kota Balikpapan juga sebagai acuan untuk analisa bagaimana perilaku konsumen dalam memilih Hotel untuk reservasi secara online.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian Tugas Skripsi Akhir ini adalah metode penelitian asosiatif kuantitatif analisis kasus yang bertujuan untuk mempelajari secara intensif latar belakang keadaan sekarang dan interaksi lingkungan suatu obyek. Adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah Citra Merk (X1), Kepercayaan (X2), Persepsi Harga (X3), variable penghubung yaitu Nilai Product (X4) dan varibel terikat adalah Niat Pembelian (X5).

**Kata Kunci:** Perilaku Konsumen, Citra Merek, Kepercayaan, Persepsi Harga, Nilai Produk, Niat Pembelian, Hotel, *Online Travel Agent*.