

ABSTRAK

Rahmadani, 2019. *Pengaruh Citra Merek Terhadap Volume Penjualan di Rumah Makan Sate Taichan Nyot-nyot*, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing (I) Drs. Nispan Rahmi, M. Ag (II) Erissa Nilasari, SP., M.P.

Kata Kunci : Citra Merek, Volume Penjualan, Sate Taichan Nyot-nyot.

Penelitian ini dilatar belakangi banyaknya penjualan dirumah makan sate taichan nyot-nyot yang dalam satu malam bisa menghabiskan sekitar 2000 tusuk sate. Salah satu alasan pembelian oleh konsumen adalah karena merek sate taichan nyot-nyot yang unik dan berbeda dari produk lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh citra merek terhadap volume penjualan di rumah makan Sate Taichan Nyot Nyot.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan atau dengan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket atau kuisisioner yang dibagikan kepada konsumen yang membeli sate di rumah makan sate taichan nyot-nyot untuk mengetahui tanggapan mereka. Pengujian instrumen dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Sedangkan metode analisis data menggunakan regresi linier sederhana dengan populasi 4.721 pembeli dan jumlah sampel responden 52 pembeli.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Volume penjualan di rumah makan Sate Taichan Nyot-Nyot Kota Banjarmasin. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengolahan data dan diperoleh nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu $2,152 > 1,675$ dan signifikansi 0,036 lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa Citra merek berpengaruh signifikan terhadap Volume Penjualan. Artinya bahwa semakin baik citra merek justru akan memberikan dampak meningkatnya volume penjualan di rumah makan Sate Taichan Nyot-Nyot Kota Banjarmasin. Dari hasil uji determinasi terlihat *Adjusted R Square* sebesar 0,366 atau 36,6%, maka Citra merek mempengaruhi Volume penjualan sebesar 36,6 % sedangkan sisanya 63,4% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.