

**PENGARUH *UNIQUE SELLING PROPOSTION* TERHADAP CITRA MEREK PADA
UMKM SARI MURNI OLAPIS**

ARTIKEL

Disusun untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Menempuh Ujian Sidang Sarjana Strata Satu



Oleh,

SULIS SETIANI

3402180350

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH
TAHUN 2022**

PENGARUH *UNIQUE SELLING PROPOSTION* TERHADAP CITRA MEREK PADA UMKM SARI MURNI OLAPIS

Sulis Setiani¹, H. Yusup Iskandar², Enjang Nursolih³
^{1,2,3}Fakultas Ekonomi Universitas Galuh
sulisstni@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh *Unique Selling Propostion* terhadap Citra Merek pada UMKM Sari Murni Olapis. Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian meliputi: 1] Bagaimana *unique selling propostion* pada UMKM Sari Murni Olapis 2] Bagaimana citra merek pada UMKM Sari Murni Olapis 3] Bagaiman pengaruh *unique selling propostion* terhadap citra merek pada UMKM Sari Murni Olapis. Adapun tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis 1] pengaruh *unique selling propostion* pada UMKM Sari Murni Olapis 2] untuk mengetahui citra merek pada UMKM Sari Murni Olapis 3] untuk mengetahui pengaruh *unique selling propostion* terhadap citra merek pada UMKM Sari Murni Olapis.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan Analisis Regresi Sederhana, Analisis Koefisien Korelasi Sederhana, Analisis Koefisien Determinasi dan Uji Hipotesis menggunakan Uji Signifikan (Uji t).

Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa *unique selling propostion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek dengan hasil korelasi sebesar 0,533 dimana berdasarkan pedoman interpretasi koefisien korelasi termasuk dalam hubungan yang sedang dan berdasarkan hasil koefisien determinasi diperoleh angka sebesar 28,41 % hal ini menunjukkan bahwa pengaruh *unique selling propostion* terhadap citra merek sebesar 28,41 % dan sisanya 71,59 % dipengaruhi faktor atau variabel lain. Kemudian hasil uji t atau t_{hitung} diperoleh 5,739 dimana menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,739 > 1,66342$) yang artinya bahwa secara parsial *unique selling propostion* berpengaruh terhadap citra merek. Diharapkan UMKM Sari Murni Olapis dapat mempertahankan *distictiveness* (ciri khas) dan *affinity* (afinitas) sehingga akan meningkatkan citra merek perusahaannya.

Kata Kunci : *Unique Selling Propostion* dan Citra Merek

DAFTAR PUSTAKA

- Firmansyah, M. Anang. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy*. Yogyakarta: Qiara Media
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Wijayanti, Titik. 2017. *Marketing Plan dalam Bisnis Third Edition*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.
- Yustiarini, Dwi Y. 2020. *Pengaruh Unique Selling Propostion (USP) Terhadap Citra Merek*. Skripsi Pada Program Studi Manajemen Universitas Galuh Ciamis. Tidak diterbitkan.