

**ANALISIS PENGARUH KOMITMEN DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP MINAT BELI FRANCHISE PADA PT.  
INDOMARCO PRISMATAMA CABANG PALEMBANG**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat -Syarat  
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi**



**Diajukan Oleh :**

**YAYAN APRIANTO**

**NIM. 1601110050**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS TRIDINANTI**

**PALEMBANG**


**2020**


**UNIVERSITAS TRIDINANTI  
FAKULTAS EKONOMI  
PALEMBANG**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : YAYAN APRIANTO  
Nomor Pokok/NIRM : 16.01.11.0050  
Jurusan/ Program Studi : Ekonomi/Manajemen  
Jenjang Pendidikan : Strata I  
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH KOMITMEN DAN  
KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI  
FRANCHISE PADA PT. INDOMARCO  
PRISMATAMA CABANG PALEMBANG

Pembimbing Skripsi :

Tanggal 19-10-20 Pembimbing I:   
Amrillah Azrin, SE, MM  
NIDN : 0203026201

Tanggal 19-10-20 Pembimbing II :   
Agustina Marzuki, SE, M.Si  
NIDN : 0008086502

Mengetahui :  
Dekan Fakultas Ekonomi

  
Dr. Msy. Mikial, SE, M.Si, Ak.CA, CSRS  
NIDN : 0205026401

187 / PS / DFE / 20

## *MOTTO DAN PERSEMBAHAN*

*Motto :*

- “ *Tetapi boleh jadi kamu tidak menyenangi sesuatu, padahal itu baik bagimu, dan boleh jadi kamu menyukai sesuatu, padahal tidak baik bagimu. Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui (QS. Al-Baqarah 2 : 216)*”.

*Kupersembahkan Kepada :*

- *Kedua orang tuaku tercinta yang tak pernah lelah memberikan do'a dan dukungan untuk keberhasilanku*
- *Saudara - saudaraku dan keluarga besarku*
- *Para pendidikku yang kuhormati*
- *Nhatallya Crhystine Ubro*
- *Rekan kerja di PT. Indomarco Primatama Cabang Palembang*
- *Sahabat - sahabatku*
- *Almamaterku*

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yayan Aprianto  
NPM : 16 0111 0050  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen

Menyatakan bahwa penulisan skripsi ini merupakan hasil karya penulis sendiri dan bukan merupakan hasil penjiplakan karya orang lain.

Apabila dikemudian hari ditemukan pernyataan penulis ini tidak benar, maka penulis siap dan sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dengan segala konsekuensinya.

Palembang, Oktober 2020



Yayan Aprianto

## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulillah, Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan anugerah-Nya yang telah memberikan kemampuan serta kesehatan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi Tridinanti Palembang dengan judul “ Analisis Pengaruh Komitmen dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Franchisee pada PT. Indomarco Prismatama Cabang Palembang”.

Dengan menyadari keterbatasan yang ada, penulis sadar bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dan dukungan berbagai pihak sehingga terselesaikanlah skripsi ini. Maka dengan segala kerendahan hati pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dr. Ir. Hj. Manisah, MP. Selaku Rektor Universitas Tridinanti Palembang
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, SE, M.Si, Ak. CA, CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang
3. Ibu Mariyam Zanariah, SE, M.M selaku Ketua Prodi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.
4. Bapak Amrillah Azrin, SE, MM. selaku Dosen Pembimbing I yang selalu membantu mengoreksi dan memberikan bimbingan pada skripsi ini.

5. Ibu Agustina Marzuki, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang selalu membantu mengoreksi dan memberikan banyak masukan dan perbaikan pada skripsi ini.
6. Kedua Orang tuaku tercinta Bapak Ahemad Zainuri dan Ibu Junaida yang telah memberikan kasih sayang dan cinta yang begitu besar yang tak bisa terbalaskan.
7. Bapak dan Ibu seluruh Dosen dan Pegawai Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang .
8. Nhatallya Crhytine Ubro yang paling banyak membantu dalam proses terselesaikannya skripsi ini.
9. Team Dept. Marketing Franchise Cabang Palembang yang banyak membantu dalam memberikan data guna terselesaikannya skripsi ini
10. PT. Indomarco Prismatama cabang Palembang yang bersedia mengizinkan saya untuk dapat melakukan penelitian skripsi ini.
11. Saudara-saudara yang sangat kusayangi kakak Amelia dan adik saya Mei,ojik.

Akhir kata atas jasa dan budi semua pihak,penulis serahkan kepada Allah SWT, Semoga laporan ini bermanfaat bagi kita semua dan menjadi awal yang baik untuk langkahku selanjutnya.

Palembang, 9 September 2020



Yayan Aprianto

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
RIWAYAT HIDUP .....	xv

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

2.1 Landasan Teori .....	8
2.1.1 Pengertian Komitmen Menurut Para Ahli.....	8
2.1.1.1 Ciri-Ciri Komitmen.....	9
2.1.1.2 Proses Terjadinya Komitmen.....	10
2.1.1.3 Dimensi Komitmen.....	11
2.1.1.4 Indikator Komitmen.....	12
2.1.2 Pengertian Kepercayaan.....	12
2.1.2.1 Hal Penting Dari Kepercayaan .....	14
2.1.2.2 Elemen Dasar Dari Kepercayaan .....	14
2.1.2.3 Manfaat Kepercayaan.....	15
2.1.2.4 Cara Menumbuhkan Kepercayaan .....	17

2.1.3	Indikator Kepercayaan .....	18
2.1.4	Pengertian Minat Beli Menurut Para Ahli .....	19
2.1.4.1	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen .....	20
2.1.4.2	Indikator Pengukuran Minat Beli Konsumen .....	22
2.1.5	Pengertian Franchise .....	23
2.1.5.1	Konsep Franchise .....	24
2.1.5.2	Beberapa istilah dalam Franchise .....	25
2.1.5.3	Jenis – Jenis Franchise .....	26
2.1.5.4	Beberapa Kesalahan Franchise .....	29
2.1.5.5	Tips Membuka Bisnis Franchise .....	30
2.1.5.6	Langkah-Langkah Mengurus Izin Franchise .....	32
2.1.6	Penelitian Yang Relevan .....	33
2.1.7	Kerangka Berpikir .....	35
2.1.8	Hipotesis .....	36

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1	Waktu dan Tempat Penelitian .....	37
3.1.1	Waktu Penelitian .....	37
3.1.2	Tempat Penelitian.....	37
3.2	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.2.1	Jenis Data .....	38
3.2.2	Sumber Data .....	38
3.2.3	Teknik Pengumpulan Data .....	39
3.3	Populasi dan Sampel .....	40
3.3.1	Populasi .....	40
3.3.2	Sampel dan Teknik Sampel .....	40
3.4	Rancangan Penelitian .....	41
3.5	Variabel dan Definisi Operasional .....	42
3.5.1	Variabel Penelitian .....	42
3.5.2	Definisi Operasional .....	42
3.6	Instrumen Penelitian .....	44



3.6.1	Uji Validitas .....	45
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	45
3.7	Teknik Analisis Data .....	46
3.7.1	Analisis Regresi Linear Berganda .....	46
3.7.2	Korelasi Berganda (R) .....	47
3.7.3	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	48
3.8	Uji Hipotesis Penelitian .....	49
3.8.1	Uji secara Simultan/Serempak ( Uji F ).....	49
3.8.2	Uji secara Parsial /Individual ( Uji t ) .....	50

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1	Hasil penelitian.....	52
4.1.1	Sejarah singkat Perusahaan .....	52
4.1.2	Visi Misi dan Budaya Perusahaan .....	53
4.1.3	Struktur Organisasi .....	54
4.1.4	Struktur Departemen marketing Franchisee PT. Indomarco Prismatama .....	58
4.1.5	Cara bergabung Menjadi Franchisee ( Waralaba ) Indomaret ...	59
4.1.6	Syarat Franchisee ( Waralaba ) Indomaret .....	61
4.1.7	Jenis Investasi franchisee ( Waralaba ) .....	63
4.1.8	Royalti Franchisee ( Waralaba ) .....	64
4.1.9	Keuntungan menjadi franchisee ( Waralaba ) .....	65
4.2	Pembahasan .....	67
4.3	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	69
4.3.1	Uji Validitas .....	69
4.3.2	Uji Reliabilitas .....	70
4.4	Analisi Data .....	71
4.4.1	Analisi Statistik Deskriptif .....	71
4.4.2	Analisis Statistik Inferensial .....	75
4.4.2.1	Regresi Linear Berganda .....	75
4.4.2.2	Koefisien Korelasi .....	77

4.4.2.3	Koefisien Determinasi .....	78
4.5	Pengujian Hipotesis .....	79
4.5.1	Uji F ( Uji Simultan ) .....	79
4.5.2	Uji T ( Uji Parsial ) .....	81
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>		
5.1	Kesimpulan .....	84
5.2	Saran .....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>86</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>88</b>

## DAFTAR TABEL

3.1	Gantt Chart Waktu Penelitian.....	37
3.2	Variabel dan Definisi Operasional.....	43
3.3	Skala Likert.....	44
3.4	Koefisien Korelasi .....	48
4.1	Flowchart Cara Bergabung Franchisee.....	59
4.2	Flowchart Estimasi Investasi .....	63
4.3	Royalti Franchisee ( Waralaba ) .....	64
4.4	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
4.5	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	68
4.6	Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	69
4.7	Hasil Uji Validitas.....	70
4.8	Hasil Uji Reliabilitas .....	71
4.9	Deskriptif Variabel Komitmen.....	72
4.10	Persentase Skor Variabel Komitmen.....	72
4.11	Deskripsi Variabel Kepercayaan .....	73
4.12	Persentase Skor Variabel Kepercayaan .....	74
4.13	Deskripsi Variabel Minat Beli.....	74
4.14	Persentase Skor Variabel Minat Beli .....	75
4.15	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	76
4.16	Hasil Uji Koefisien Korelasi.....	77
4.17	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	78
4.18	Hasil Uji F ( Simultan ) .....	79
4.19	Hasil Uji T ( Parsial ) .....	81

## **DAFTAR GAMBAR**

2.1 Kerangka Berpikir.....	35
4.1 Struktur Organisasi PT. Indomarco Prismatama .....	54
4.2 Bagan struktur Dept. Marketing Franchise .....	58
4.3 Contoh Formulir Pendaftaran Untuk Menjadi Calon Franchisee .....	62
4.4 Royalti Fee .....	64

## ABSTRAK

**Yayan Aprianto, Analisis Pengaruh Komitmen dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Franchisee Pada PT. Indomarco Prismatama Cabang Palembang, (Di bawah bimbingan Bapak Amrillah Azrin, SE,MM dan Ibu Agustina Marzuki, SE,M.Si).**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh signifikan Komitmen dan Kepercayaan terhadap Minat Beli franchisee di PT. Indomarco Prismatama Cabang Palembang. Populasi dan Sampel dalam penelitian ini sebanyak 60 orang responden. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Adapun data primer diperoleh penulis dengan menyebarkan kuesioner kepada responden, dengan melakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Sedangkan uji hipotesis dilakukan dengan uji F dan uji t.

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan SPSS Ver.22 pada uji F diperoleh F hitung sebesar ( $38,761 > 2,56$ ) diketahui bahwa Komitmen dan Kepercayaan secara bersama – sama memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli di PT. Indomarco Prismatama Cabang Palembang.

Berdasarkan uji t atau uji secara parsial Komitmen (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli pada PT. Indomarco Prismatama cabang Palembang dengan nilai ( $3,655 > 1,67203$ ) dengan signifikansi 0,001.

Berdasarkan uji t atau uji secara parsial Kepercayaan (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap minat Beli pada PT. Indomarco Prismatama Cabang Palembang dengan nilai ( $3,603 > 1,67203$ ) dengan signifikansi 0,001.

Disarankan untuk lebih meningkatkan kebijakan komitmen dan pemberian kesempatan agar kepercayaan setiap franchisee menjadi lebih baik untuk meningkatkan minat beli franchisee.

Kata Kunci : Komitmen, Kepercayaan, Minat Beli.

## ABSTRACT

**Yayan Aprianto, Analysis of the Effect of Commitment and Trust on Franchisee Buying Interest at PT. Indomarco Prismatama Palembang Branch, (Under the guidance of Mr. Amrillah Azrin, SE, MM and Mrs. Agustina Marzuki, SE, M.Si).**

This study aims to determine whether there is a significant influence of commitment and trust on the buying interest of franchisees at PT. Indomarco Prismatama Palembang Branch. Population and sample in this study were 60 respondents. The types of data in this study are primary data and secondary data. The primary data is obtained by the author by distributing questionnaires to respondents, by conducting validity tests and reliability tests. While the hypothesis testing is done by using the F test and t test.

Based on the results of data processing with SPSS Ver.22 in the F test, it is found that F count is  $(38.761 > 2.56)$ , it is known that Commitment and Trust together have a positive and significant effect on Purchase Interest at PT. Indomarco Prismatama Palembang Branch.

Based on the t test or partial test, commitment (X1) has a significant effect on buying interest at PT. Indomarco Prismatama Palembang branch with a value  $(3.655 > 1.67203)$  with a significance of 0.001.

Based on the t test or partial test, Trust (X2) has a significant effect on buying interest at PT. Indomarco Prismatama Palembang Branch with a value  $(3.603 > 1.67203)$  with a significance of 0.001.

It is recommended to further increase the commitment policy and provide opportunities so that the trust of each franchisee will be better to increase the interest in buying franchisees.

Keywords: Commitment, Trust, Purchase Interest.

## **RIWAYAT HIDUP**

Yayan Aprianto, dilahirkan di Banyuasin pada tanggal 05 Oktober 1993 dan keturunan asli Palembang merupakan anak kedua dari pasangan Achmad Zainuri dan Junaida.

Sekolah Dasar diselesaikan pada tahun 2007 di SD Negeri 1 Balai Makmur dan selanjutnya menyelesaikan Sekolah Menengah Pertama pada tahun 2010 di SMP Negeri 8 Palembang, dan selanjutnya menyelesaikan Sekolah Menengah Atas pada tahun 2013 di SMK Negeri 2 Palembang.

Pada tahun 2016, penulis memasuki Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti Palembang.

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Konsep bisnis waralaba (franchise) akhir-akhir ini telah menjadi salah satu trendsetter yang memberi warna baru dalam dinamika perekonomian Indonesia. Setidaknya dalam tiga tahun terakhir, animo masyarakat Indonesia terhadap munculnya peluang usaha waralaba sangat signifikan. Animo ini terefleksi pada dua cermin yakni : jumlah pembeli waralaba dan jumlah peluang usaha (business opportunity) yang terkonversi menjadi waralaba.

Sistem waralaba mulai di Indonesia dikenal pada tahun 1950-an, yaitu dengan munculnya dealer kendaraan bermotor melalui pembelian lisensi. Perkembangan kedua dimulai pada tahun 1970-an, yaitu dengan dimulainya sistem pembelian lisensi plus, yaitu franchisee tidak sekedar menjadi penyalur, namun juga memiliki hak untuk memproduksi produknya. Agar waralaba dapat berkembang dengan pesat, maka persyaratan utama yang harus dimiliki satu teritori adalah kepastian hukum yang mengikat baik bagi franchisor maupun *franchisee*. Dengan melihat di negara-negara yang memiliki kepastian hukum yang jelas, waralaba berkembang pesat, misalnya di AS dan Jepang.

Tonggak kepastian hukum akan format waralaba di Indonesia dimulai pada tanggal 18 Juni 1997, yaitu dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah (PP) RI No. 16 Tahun 1997 tentang Waralaba. PP No. 16 tahun



1997 tentang waralaba ini telah dicabut dan diganti dengan PP no 42 tahun 2007 tentang Waralaba. Selanjutnya ketentuan-ketentuan lain yang mendukung kepastian hukum dalam format bisnis waralaba adalah sebagai berikut:

Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No. 259/MPP/KEP/7/1997 Tanggal 30 Juli 1997 tentang Ketentuan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba.

Peraturan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No. 31/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba Undang-undang No. 14 Tahun 2001 tentang Paten.

Undang-undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek.

Undang-undang No. 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang.

Banyak orang masih skeptis dengan kepastian hukum terutama dalam bidang waralaba di Indonesia. Namun saat ini kepastian hukum untuk berusaha dengan format bisnis waralaba jauh lebih baik dari sebelum tahun 1997. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya payung hukum yang dapat melindungi bisnis waralaba tersebut. Perkembangan waralaba di Indonesia, khususnya di bidang rumah makan siap saji sangat pesat. Hal ini ini dimungkinkan karena para pengusaha kita yang berkedudukan sebagai penerima waralaba diwajibkan mengembangkan bisnisnya melalui waralaba master (master franchise) yang diterimanya dengan cara mencari atau menunjuk penerima waralaba lanjutan. Dengan mempergunakan sistem

piramida atau sistem sel, suatu jaringan format bisnis waralaba akan terus berekspansi.

Ada beberapa asosiasi waralaba di Indonesia antara lain APWINDO (Asosiasi Pengusaha Waralaba Indonesia), WALI (Waralaba & License Indonesia), AFI (Asosiasi Franchise Indonesia). Ada beberapa pameran Waralaba di Indonesia yang secara berkala mengadakan roadshow diberbagai daerah dan jangkauannya nasional antara lain International Franchise and Business Concept Expo (Dyandra), Franchise License Expo Indonesia (Panorama convex), Info Franchise Expo (Neo dan Majalah Franchise Indonesia).

Dalam persaingan bisnis modern, kepercayaan dan komitmen masyarakat terhadap suatu perusahaan merupakan hal yang begitu di perlukan dalam bisnis mereka. Selain itu, kepercayaan dapat meningkatkan keinginan mulai menggunakan atau proses penggunaan secara berkelanjutan bagi calon pelanggan maupun pelanggan. Hal inilah yang di perlukan bagi industry ritel modern saat ini memiliki persaingan yang cukup ketat antar pelaku bisnisnya.

Menurut Asosiasi Perusahaan Ritel Indonesia (Aprindo), pertumbuhan bisnis ritel di Indonesia antara 10%-15% per tahun. Penjualan ritel pada 2006 masih sebesar Rp. 49 triliun, dan melesat hingga mencapai Rp. 120 triliun pada 2011. Adapun pada 2012, pertumbuhan ritel diperkirakan masih sama, yaitu 10%-15%, atau mencapai Rp 138 triliun. Dari jumlah tersebut, jumlah pendapatan terbesar merupakan kontribusi dari *hypermarket*, kemudian disusul oleh mini-market dan *supermarket*. (Data

*Analyst Manager Frontier Consulting Group* dalam majalah *Marketing Indonesia*).

Berdasarkan uraian data di atas, jelas terjadi peningkatan pelaku bisnis dalam industri ritel khususnya pada hypermarket, minimarket dan supermarket. Banyaknya pelaku bisnis dalam sebuah industri menimbulkan persaingan diantara pelaku bisnis tersebut. Hal tersebut membuat Indomaret yang merupakan salah satu pelaku bisnis pada ritel modern merasakan persaingan di dalam industri ritel modern saat ini.

Indomaret merupakan minimarket yang menyediakan kebutuhan masyarakat, baik kebutuhan primer dan sekunder. Kelebihan Indomaret sebagai toko retail yakni lokasinya yang mudah untuk dijangkau juga standart pelayanannya yang sangat baik sehingga banyak dipilih masyarakat sebagai tempat belanja paling nyaman.

Selain itu juga, dalam bertransaksi segala kebutuhan finansialpun Indomaret memberikan kemudahan dan juga kenyamanan bagi pelanggannya seperti untuk pembayaran tagihan indihome, pembayaran iuran BPJS, pembelian tiket pesawat, pembayaran listrik, pembayaran tagihan PDAM dan lain-lain.

Indomaret sendiri merupakan jenis usaha franchise atau waralaba yang mana banyak sekali diminati oleh para pebisnis karena menjadi ladang bisnis yang sangat berpotensi menghasilkan saat ini.

Setiap bisnis atau perusahaan besar saat ini tentu dimulai dari titik terkecil, tak terkecuali dengan Indomaret. Untuk bisa berkembang pesat hingga seperti sekarang, Indomaret awalnya hanyalah sebuah toko biasa.

Menjajakan keperluan khusus untuk karyawan, Indomaret didirikan pada tahun 1988. Dengan ikut perkembangan zaman, dimana masyarakat lebih mengutamakan kualitas dan kenyamanan saat berbelanja, Indomaret mulai membuat jaringan bisnis minimarket.

Pada tahun 1997, Indomaret mulai mengembangkan bisnisnya dengan menggunakan sistem waralaba. Dengan menciptakan bisnis dengan sistem waralaba, Indomaret dapat memberikan kesempatan kepada masyarakat umum untuk dapat bekerjasama dan mendapatkan penghasilan.

Hingga saat ini, sistem waralaba Indomaret telah memiliki 10.000 lebih gerai dan toko yang tersebar di sebagian besar wilayah di Indonesia. Dari keseluruhan gerai Indomaret yang telah beroperasi, 32% diantaranya adalah milik perseorangan atau franchise. Jadi, hanya sekitar 62% saja dari gerai Indomaret yang merupakan milik PT. Indomarco Prismatama.

Berdasarkan hal tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “*Analisis Pengaruh Komitmen dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Franchise pada PT. Indomarco Prismatama Cabang Palembang*”.

## 1.2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Apakah komitmen dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap minat beli *franchise* pada PT Indomarco Prismatama cabang Palembang?
2. Apakah komitmen berpengaruh secara parsial terhadap minat beli *franchise* pada PT Indomarco Prismatama cabang Palembang?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap minat beli *franchise* pada PT Indomarco Prismatama cabang Palembang?

## 1.3. Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Pengaruh komitmen dan kepercayaan secara simultan terhadap minat beli *franchise* pada PT Indomarco Prismatama cabang Palembang
2. Pengaruh komitmen secara parsial terhadap minat beli *franchise* pada PT Indomarco Prismatama cabang Palembang.
3. Pengaruh kepercayaan secara parsial terhadap minat beli *franchise* pada PT Indomarco Prismatama cabang Palembang.

## 1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang di harapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Bagi Penulis

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan pengetahuan tambahan mengenai pengaruh komitmen dan kepercayaan *franchise* terhadap minat beli pada perusahaan ritel PT. Indomarco Prismatama.

b. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan yang dalam kaitannya dengan fungsi pengaruh minat beli *franchise* terhadap PT. Indomarco Prismatama Cabang Palembang.

c. Bagi Lembaga / Institusi

Dapat bermanfaat sebagai referensi atau contoh penelitian selanjutnya dalam melanjutkan penelitian yang sama dengan Bahasa yang lebih detail dan mendalam.

## DAFTAR PUSTAKA

- Rachmadi, Bambang.N, Dr. 2007. *Franchising*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ekotama, Soryono. 2012. *Sepuluh Rahasia Bisnis Franchise*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Duri, Rapika. 2018. *Pengaruh Insentif dan Komitmen Organisasi Terhadap Produktivitas Kerja Pada PT Indomarco Prismatam Cabang Palembang*. Fakultas Ekonomi. Universitas Tridianti. Palembang.
- Yuansyah, Nopri. 2018. *Analisis Pengaruh Persepsi Harga dan Komitmen Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Indomaret R.Soekamto 2 Palembang*. Fakultas Ekonomi. Universitas Tridianti. Palembang.
- Mauludiyahwati, Septi. 2017. *Pengaruh Kepercayaan,Keamanan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Risiko Menggunakan E-commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online*. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.
- Pane,Sri Gustina,dan Fatmawati.2017. *Pengaruh Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Badan Pertahanan Nasional Kota Medan*. Dalam Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Vol.2 No.3. Universitas Islam Sumatera Utara. Medan

- Wibowo, 2017. *Prilaku Dalam Organisasi*. Depok: PT Raja Grafindo Persada
- Yusuf, Ria Mardiana dan Syarif, Darman. 2018. *Komitmen Organisasi*. Makassar; Cv Nas Media Pustaka
- Zainal, Veithzal Rivai, Dkk. 2017. *Kepemimpinan Dan Perilaku Organisasi*. Jakarta; PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono, 2017. "*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*". Universitas Pasundan: Bandung.
- Siagian dan Cahyono, 2014. "*Pengertian Kepercayaan*". Univeritas Muhammadiyah Yogyakarta : Yogyakarta.
- Mardiana, Syarif. 2018. "*Pengertian dan Indikator Komitmen Organisasional*". Univeritas Islam Malang : Malang.
- Sewu, 2014. "*European Code Of Ethics for Franchising*". Univeritas Muhammadiyah Yogyakarta : Yogyakarta.
- Universitas, Tridinanti, Palembang, 2014. *Pedoman Penulisan Skripsi dan Laporan Akhir*, Fakultas Ekonomi, Unanti Press, Palembang.