

**PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK, LOYALITAS  
MEREK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SEPATU OLAHRAGA MEREK NIKE DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Strata Satu  
Jurusan Manajemen**



**Oleh :**

**ADHIE FIRDIANSYAH PUTRA**  
**2007210550**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
S U R A B A Y A  
2014**

**PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK, LOYALITAS  
MEREK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SEPATU OLAHRAGA MEREK NIKE DI SURABAYA**

Diajukan oleh :

**ADHIE FIRDIANSYAH PUTRA**

**NIM : 2007210550**

Skripsi ini telah dibimbing  
Dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,

Tanggal ; 18 NOVEMBER 2019



**(Dr. Basuki Rachmat, SE.,MM.)**

**SKRIPSI**

**PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK, LOYALITAS  
MEREK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SEPATU OLAHRAGA MEREK NIKE DI SURABAYA**

Disusun oleh :

**ADHIE FIRDIANSYAH PUTRA  
NIM : 2007210550**

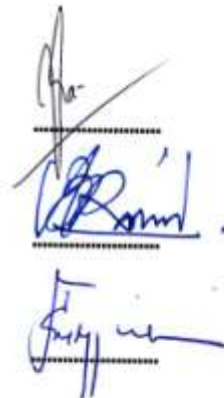
Dipertahankan di depan TIM Penguji  
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi  
pada tanggal 18 September 2014

Tim Penguji

Ketua : **Dr. Soni Harsono, M.Si.**

Sekretaris : **Dr. Basuki Rachmat, SE.,MM.**

Anggota : **Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, P.si., M.M.**



### PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Adhie Firdiansyah Putra  
Tempat, Tanggal Lahir : Jombang, 01 Februari 1989  
N.I.M : 2007210550  
Jurusan : Manajemen  
Program Pendidikan : Strata 1  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul : Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek,  
Loyalitas Merek dan Citra Merek Terhadap  
Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek  
Nike di Surabaya

Disetujui Dan diterima baik oleh :

Ketua Program Studi S1 Manajemen,

Tanggal : 18 NOVEMBER 2014



(Melvza Silvi, S.E., M.Si.)

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 18 NOVEMBER 2014



(Dr. Basuki Rachmat, SE.,MM.)

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO

**"TABAH SAMPAI AKHIR"**

“The eagle flies alone”

**“HIDUP ADALAH SOAL KEBERANIAN, MENGHADAPI YANG  
TANDA TANYA, TANPA KITA BISA MENGETI TANPA KITA BISA  
MENAWAR, TERIMALAH DAN HADAPILAH. . . ”**

*-Soe Hok Gie-*

### *Yang Utama Dari Segalanya...*

*Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT. Taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikanku kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkanku dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan. Sholawat dan salam selalu terlimpahkan keharibaan Rasulullah Muhammad SAW.*

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat kukasihi dan kusayangi.

### ***"Ibu dan Bapakku Tercinta"***

*Sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada Ibu dan Bapak yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan, dan cinta kasih yang tiada terhingga yang tiada mungkin dapat kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahan. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat Ibu dan Ayah bahagia karna kusadar, selama ini belum bisa berbuat yang lebih. Untuk Ibu dan Ayah yang selalu membuatku termotivasi dan selalu menyirami kasih sayang, selalu mendoakanku, selalu menasehatiku menjadi lebih baik,  
Terima Kasih Ibu.... Terima Kasih Bapak...*

## **"My Brother's dan Sister"**

*Untuk adik-adikku, tiada yang paling mengharukan saat kumpul bersama kalian, walaupun sering bertengkar tapi hal itu selalu menjadi warna yang tak akan bisa tergantikan, terima kasih atas doa dan bantuan kalian selama ini, hanya karya kecil ini yang dapat aq persembahkan. Maaf belum bisa menjadi panutan seutuhnya, tapi aq akan selalu menjadi yang terbaik untuk kalian semua...*

## **"My Sweet Heart"**

*Sebagai tanda cinta kasihku, Ku persembahkan karya kecil ini buatmu. Terima kasih atas kasih sayang, perhatian, dan kesabaranmu yang telah memberikanku semangat dan inspirasi dalam menyelesaikan Skripsi ini, semoga engkau pilihan yang terbaik buatku dan masa depanku. Terima kasih...*

## **"My Best friend's"**

*Buat sahabatku "**Muhammad Ali Anhar B.**" terima kasih atas bantuan, doa, nasehat, hiburan, dan semangat yang kamu berikan selama aku kuliah, aku tak akan melupakan semua yang telah kamu berikan selama ini.*

**"Miftakhul Jannah, Febrianto Arista, Zahra Hambali, Frida Ayu, Angga Yulinda"**

*Sahabat...Kaulah sebagian dari nyawaku yang kucari selama ini...*

*Kau akan kujaga sepenuh hatiku...*

*Kau kujaga semaksimal mungkin yang kubisa..*

*Buat "**Bayyinah Irodah**" terima kasih semangatnya*

*Buat teman seperjuanganku teman bertualangku dari awal kuliah sampai saat ini*

**"Deny Nur Cahyono"**

*Terimakasih banyak atas PETUALANGAN yang pernah kita lakukan bersama*

**"HIPSTER"**

**"Dede Kribo, Magies Koplek, Yusmar, Angga Keceng Cobain, Hartono La Maha,**

**Tegar, Vetto, Ano, Fandy Ibnu, Naswar, Hafidz Ibnu, Aliev Kecap"**

*Terima kasih atas perjuangan, semangat, kebersamaan kita dalam rimbanya, dinginnya sepinya...*

*petualangan kita dan candaan kalian, adalah cerita yang tak pernah aku lupakan*

*"Tabah Sampai Akhir".*

*"Kaki yang berjalan lebih jauh, tangan yang akan berbuat lebih banyak, mata yang akan menatap lebih lama, leher yang akan sering melihat ke atas, lapisan tekat yang seribu kali lebih keras dari baja, dan hati yang akan bekerja lebih keras, serta mulut yang akan selalu berdoa.."*

*5cm*

*Kupersembahkan lagu ini buat kalian*

## **MAHAMERU**

*Mendaki melintas bukit  
Berjalan letih menahan menahan berat beban  
Bertahan didalam dingin  
Berselimut kabut `Ranu Kumbolo`*

*Menatap jalan setapak  
Bertanya-tanya sampai kapankah berakhir  
Mereguk nikmat coklat susu  
Menjalin persahabatan dalam hangatnya tenda*

*Bersama sahabat mencari damai  
Mengasah pribadi mengukir cinta*

*Mahameru berikan damainya  
Didalam beku `Arcapada`  
Mahameru sebuah legenda tersisa  
Puncak abadi para dewa*

*Masihkah terbersit asa  
Anak cucuku mencumbui pasirnya  
Disana nyalimu teruji  
Oleh ganas cengkraman hutan rimba*

*Mahameru sampaikan sejuk embun hati  
Mahameru basahi jiwaku yang kering  
Mahameru sadarkan angkuhnya manusia  
Puncak abadi para dewa*

*Buat sahabat-sahabatku yang turut membantu selama ini, “Bang Deki, Mpok Fitri, Nyonk, Adit Gondes, Ried, Kaji Fathoni, Anton Khumaini, Salim, Jehan, Riri, Rio Bean, Selo, Mbak Icha, Mbak Fara, Anissa, Mas Cipta (Brown), Kurniawan, Rifky Lemu, Kholilul rohman, Listya, Risma, Saipul ” terima kasih atas bantuan kalian, dukungan kalian dan doa kalian, God bless you...*

*Buat para sahabat Angkatan 07,08,09 yang selalu menemaniku suka duka di kampus kita tercinta Perbanas Terutama Yoppi Taufan samodra, Nanda Pratama, Kurniawan Pratama, wiputra, Zaldy Pradipta, Tonny Slamet Raharjo, edy Kembon, Dudung, Rochim, Yani Dwi terimakasih segala bantuan kalian mari kita sukseskan bersama demi memajukan nusa dan bangsa ini!!! Dan terima kasih juga buat Mila, Kacong, Yassir, Hermas Tom, Dio, Nicko, Ari Gembong, Dudung, Dhanes, Bayu, Puput, Haekal, Hazizul, Ghadafi, Angga Dowo, Soni Ariel, Hendro, Lely Elvan, Resty catur dan masih banyak yang lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu kasih atas segala bantuan dan dukungan kalian selama ini, selalu sukses untuk kalian!!!*

### ***"Dosen Pembimbing Skripsiku..."***

*Dr. Basuki Rachmat, SE.,MM selaku dosen pembimbing skripsi saya, terima kasih banyak pak, saya sudah dibantu selama ini, sudah dinasehati, sudah diajari, saya tidak akan lupa atas bantuan dan kesabaran dari bapak.*

*Terima kasih banyak pak.....*

### ***"Seluruh Dosen Pengajar di Stie Perbanas"***

*Terima kasih banyak untuk semua ilmu, didikan dan pengalaman yg sangat berarti yang telah kalian berikan kepada kami...*

*Serta semua pihak yg sudah membantu selama penyelesaian Skripsi ini...*

*your dreams today, can be your future tomorrow.*



## **KATA PENGANTAR**

Segala Puji Syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa sehingga atas berkat dan perlindungan-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat penyelesaian program pendidikan strata satu jurusan manajemen, dengan judul “Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Loyalitas Merek Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Nike Di Surabaya.”

Dalam penyusunan skripsi ini begitu banyak pihak yang telah membantu dan membimbing, maka pada kesempatan ini dengan segala ketulusan hati, penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, P.si., M.M. selaku Pimpinan STIE Perbanas Surabaya dan selaku penguji sidang skripsi.
2. Mellyza Silvy, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen STIE Perbanas Surabaya.
3. Dr. Basuki Rachmat,SE.,MM. selaku dosen pembimbing yang benar – benar mengarahkan penulisan skripsi saya dengan baik hingga lulus.
4. Dr. Soni Harsono,M.Si. selaku dosen penguji proposal skripsi dan sidang skripsi.
5. Dra. Lindiawati,M.M. selaku dosen penguji proposal skripsi
6. Dr. Ronny, S.Kom.,M.Kom.,M.H. selaku dosen penguji proposal skripsi
7. Bapak dan Ibu Dosen Pemasaran STIE Perbanas Surabaya yang telah memberikan ilmu mengenai Manajemen Pemasaran kepada penulis selama proses perkuliahan.

8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi masih jauh dari tingkat kesempurnaan penulisan skripsi dikarenakan keterbatasan kemampuan penulis. Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penulis berharap semoga skripsi ini dapat menambah pengetahuan dan bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 27 September 2014

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI.....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO & PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
ABSTRAK/RINGKASAN.....	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi .....	11
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Landasan Teori.....	17
2.2.1 Pengertian Merek.....	17
2.2.2 Ekuitas Merek.....	18
2.2.2.1 Kesadaran Merek .....	19
2.2.2.2 Asosiasi Merek.....	21
2.2.2.3 Loyalitas Merek .....	21
2.2.3 Citra Merek.....	23
2.2.4 Keputusan Pembelian.....	24
2.2.5 Hubungan antara variabel .....	26
2.2.5.1 Hubungan antara variabel kesadaran merek dengan keputusan pembelian.....	26
2.2.5.2 Hubungan antara variabel asosiasi merek dengan keputusan pembelian .....	27
2.2.5.3 Hubungan antara variabel loyalitas merek dengan keputusan pembelian.....	27
2.2.5.4 Hubungan antara variabel citra merek dengan keputusan pembelian.....	28
2.3 Kerangka Pemikiran.....	28
2.4 Hipotesis penelitian.....	28

BAB 3	METODE PENELITIAN.....	30
3.1	Rancangan Penelitian.....	30
3.2	Batasan Penelitian.....	31
3.3	Identifikasi Variabel.....	31
3.4	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	32
3.4.1	Definisi Operasional.....	32
	A. Kesadaran Merek.....	32
	B. Asosiasi Merek.....	32
	C. Loyalitas Merek.....	33
	D. Citra Merek.....	33
	E. Keputusan Pembelian.....	34
3.4.2	Pengukuran variabel.....	35
3.5	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	35
3.5.1	Populasi.....	35
3.5.2	Sampel.....	36
3.5.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	36
3.6	Instrumen Penelitian.....	37
3.7	Data Dan Metode Pengumpulan Data.....	39
3.7.1	Data.....	39
3.7.2	Metode Pengumpulan Data.....	40
3.8	Uji Validitas Dan Reabilitas Instrumen Penelitian.....	40
3.8.1	Uji Validitas.....	40
3.8.2	Uji Reliabilitas.....	41
3.9	Teknik analisis data.....	42
3.9.1	Analisis Deskriptif.....	42
3.9.2	Analisis Statistik.....	42
3.9.2.1	Analisis Linier Berganda.....	42
	a. Uji f.....	43
	b. Uji t.....	44
BAB 4	GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA...	45
4.1	Gambaran Subyek Peneliti.....	45
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan jenis Kelamin.....	45
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	46
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Pembelian ..	47
4.2	Analisis Data.....	47
4.2.1	Analisis Data Deskriptif.....	48
4.2.1.1	Analisis Deskriptif Variabel Kesadaran Merek.....	49
4.2.1.2	Analisis Deskriptif Variabel Asosiasi Merek.....	50
4.2.1.3	Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Merek.....	51
4.2.1.4	Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek.....	52
4.2.1.5	Analisis Deskriptif Variabel Keputusan pembelian.....	53

4.2.2	Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	54
4.2.2.1	Uji Validitas.....	54
4.2.2.2	Uji Reliabilitas .....	61
4.2.3	Regresi Linier Berganda.....	63
4.3	Penguji Hipotesis .....	66
4.3.1	Uji Simultan (Uji F) .....	66
4.3.2	Uji Parsial (Uji T) .....	68
4.4	Pembahasan .....	72
4.4.1	Pengaruh Kesadaran Merek terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga merek nike di surabaya .....	72
4.4.2	Pengaruh Asosiasi Merek terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga merek nike di surabaya .....	73
4.4.3	Pengaruh Loyalitas Merek terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga merek nike di surabaya .....	74
4.4.4	Pengaruh Citra Merek terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga merek nike di surabaya.....	75
BAB 5	PENUTUP.....	78
5.1	Kesimpulan .....	78
5.2	Keterbatasan Penelitian .....	80
5.3	Saran .....	81

DAFTAR RUJUKAN  
LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

	halaman	
Tabel 1.1	Top Brand Index (TBI) Kategori Sepatu Olahraga	7
Tabel 2.1	Persamaan dan Perbedaan Penelitian	16
Tabel 3.1	Kisi-kisi Kuisisioner	38
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.2	Identitas Responden Berdasarkan Usia	46
Tabel 4.3	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	46
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Pembelian Sepatu Olahraga Nike	47
Tabel 4.5	Interval Kelas	49
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Terhadap Kesadaran Merek	49
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Terhadap Asosiasi Merek	50
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Merek	51
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Terhadap Citra Merek	52
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian	53
Tabel 4.11	Hasil Pengujian Validitas Sampel Kecil Pada variable kesadaran Merek	55
Tabel 4.12	Hasil Pengujian Validitas Sampel Besar Pada variable kesadaran Merek	56
Tabel 4.13	Hasil Pengujian Validitas Sampel Kecil Pada variable Asosiasi Merek	56
Tabel 4.14	Hasil Pengujian Validitas Sampel Besar Pada variable Asosiasi Merek	57
Tabel 4.15	Hasil Pengujian Validitas Sampel Kecil Pada variable Loyalitas Merek	57
Tabel 4.16	Hasil Pengujian Validitas Sampel Besar Pada variable Loyalitas Merek	58
Tabel 4.17	Hasil Pengujian Validitas Sampel Kecil Pada variable Citra Merek	58
Tabel 4.18	Hasil Pengujian Validitas Sampel Besar Pada variable Citra Merek	59
Tabel 4.19	Hasil Pengujian Validitas Sampel Kecil Pada variable Keputusan Pembelian	60
Tabel 4.20	Hasil Pengujian Validitas Sampel Besar Pada variable Keputusan Pembelian	60
Tabel 4.21	Hasil Pengujian Reliabilitas Pada Variabel Penelitian Dengan Sampel Kecil	62
Tabel 4.22	Hasil Pengujian Reliabilitas Pada Variabel Penelitian Dengan Sampel Kecil	62
Tabel 4.23	Hasil Perhitungan Persamaan Regresi	63
Tabel 4.24	Koefisien Determinasi Simultan	66
Tabel 4.25	Hasil Analisis Uji Simultan (UJI F) Anova	67



## DAFTAR GAMBAR

	halaman
Gambar 2.1 Tahapan Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	24
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	28



## **LAMPIRAN**

Lampiran 1 : Kuesioner

Lampiran 2 : Deskriptif Responden

Lampiran 3 : Deskriptif Variabel

Lampiran 4 : Uji Validitas Sampel Kecil dan Sampel Besar

Lampiran 5 : Uji Reliabilitas Sampel Kecil dan Sampel Besar

Lampiran 6 : Hasil Uji F dan Uji T

*THE EFFECT OF BRAND AWARENESS, BRAND ASSOCIATION, BRAND LOYALTY, AND BRAND IMAGE ON PURCHASING DECISIONS BRAND NIKE SPORTS SHOES IN SURABAYA*

***ABSTRACT***

This research aims to analyze the effect of brand awareness, brand association, brand loyalty, and brand image of purchasing decisions, as well as to identify the variables that have the most dominant influence on purchase decisions brands Nike sports shoes. Method of collecting data using questionnaires. The population in this research are the consumers of Nike sports shoes. The sample in this research of 100 respondents. Testing instruments include tests of validity and reliability. Instrument analysis used multiple regression analysis. Based on the results of the research it can be concluded that brand awareness, brand associations, brand loyalty, and brand image of the purchasing decision. Partially, only the brand image impact purchase decisions brands Nike sports shoes. The most dominant variable influenching purchase decisions is variable brand image

***Keyword :*** brand awareness, brand association, brand loyalty, brand image, purchasing decisions