

**PENGARUH KESADARAN MEREK, PREFERENSI MEREK,
LOYALITAS MEREK TERHADAP NIAT BELI SMARTPHONE MEREK
HTC DI SURABAYA**

Diajukan oleh:

ALAN SYAHRIAL AKBAR

NIM : 2010.210.052

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing

Tanggal : 7 November 2014

A handwritten signature in blue ink, consisting of a series of loops and a long horizontal stroke at the end.

Dr. Ronny, S.Kom.,M.Kom.,M.H

SKRIPSI
PENGARUH KESADARAN MEREK, PREFERENSI MEREK,
LOYALITAS MEREK TERHADAP NIAT BELI SMARTPHONE MEREK
HTC DI SURABAYA

Disusun oleh :

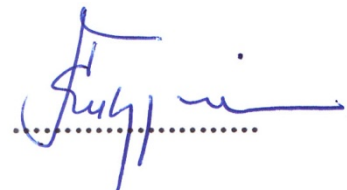
ALAN SYAHRIAL AKBAR

2010210052

Dipertahankan didepan tim penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal 17 September 2014

Tim penguji

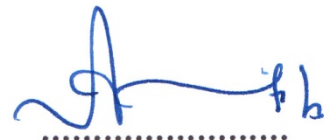
Ketua : Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, S.Psi., M.M.



Sekretaris : Dr. Ronny, S.Kom.,M.Kom.,MH.



Anggota : Dra.Ec. Aniek Maschudah Ilfitria, M.Si.



PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Alan Syahrrial Akbar
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 30 September 1992
N.I.M. : 2010.210.052
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Kesadaran Merek, Preferensi Merek,
Loyalitas Merek Terhadap Niat Beli Smartphone
Merek HTC Di Surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh:

Ketua Program Studi S1 Manajemen,
Tanggal : 11 November 2014



(Mellyza Silvy, S.E., M.Si)

Dosen Pembimbing

Tanggal : 7 November 2014



(Dr. Ronny, S.Kom., M.Kom., MH)

HALAMAN PERSEMBAHAN

motto

**percayalah akan kemampuan diri sendiri, karena
itu bisa merubah hidup kalian**

Bismillahirrahmanirahim

Segala Puji syukur Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT, karena atas karunianya saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "Pengaruh Kesadaran merek, preferensi merek, loyalitas merek terhadap niat beli smartphone merek htc di surabaya". Dengan ini saya mengucapkan terima kasih banyak kepada :

- Allah SWT yang telah memberikan jalan dan kekuatan yang luar biasa agar saya selalu semangat sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik dan tepat waktu.
- Seluruh keluarga yang berada di rumah yaitu ibu bapak kakak ardian adek shinta adek sofyan, yang selalu menjadikan motivasi saya agar skripsi ini dapat terselesaikan, terutama terima kasih kepada ibu dan bapak tanpa mereka saya tidak bisa seperti ini.
- Terima kasih Dr.Ronny,S.Kom.,M.Kom.,M.H yang selaku dosen pembimbing saya yang sangat sabar dan selalu meluangkan waktunya untuk membimbing skripsi saya dimanapun bapak berada.
- Kepada teman seperjuangan 2010 manajemen pemasaran fahmi rizanata yang selalu memberikan saya masukan mengenai skripsi saya, rekan-rekan saya Kevin, haryo, angga, jenglot, giovani, rendra, ria, mila, nana, adit dan lainnya karena tanpa mereka semua saya menjadi terpacu untuk menyelesaikan skripsi ini.
- Kepada Sahabat-sahabatku Tercinta di kampus mawardi sikopok, edi susanto si kembon, topek si diabet, astrid, dwi, ajeng, dinda, ersa dan keluarga cemara, mereka yang selalu mendorong semangat saya agar terselesaikan
- Kepada Sahabat-sahabat tercinta wahjoe, rusdy, tedy, dedy, bagus, saduro, adi dan teman-teman touring lainnya terima kasih banyak.

- terima kasih keluarga besar MCSCI Surabaya yang selalu menghibur saya saat jenuh mengerjakan skripsi.
- terima kasih buat teman-teman cak mail coffee n friends kalian yang selalu menghibur saya banget.
- terima kasih buat kalian-kalian yang tidak bisa disebutin satu persatu kalian yang terbaik pokoknya.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik, hidayah dan Inayah-Nya, melalui ilmu-Nya yang Maha Luas dan tak terkira sehingga peneliti mampu menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kesadaran Merek, Preferensi Merek, Loyalitas Merek Terhadap Niat Beli Smartphone Merek HTC di Surabaya”**, dengan tepat waktu. Shalawat serta salam juga peneliti panjatkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, karena beliau yang telah membimbing umat manusia menuju jalan yang terang dan di Ridho'i Allah SWT.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Studi Strata Satu Jurusan Manajemen Pemasaran di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya. Selama penulis melakukan penyusunan skripsi ini banyak kendala dan kesulitan yang seringkali menghambat penulis dalam penyusunannya. Dengan berbagai nasehat serta dukungan dan semangat yang diberikan oleh berbagai pihak maka dapat memotivasi penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis tidak lupa mengucapkan terimakasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah memberikan segala bantuannya demi terselesaikannya skripsi ini, antara lain :

1. Bapak Lutfi, SE, M. Fin. selaku ketua STIE Perbanas Surabaya.
2. Ibu Mellyza Silvy, S.E.,M.Si. selaku ketua Program Studi Manajemen STIE Perbanas Surabaya.
3. Ibu Dr. Dra. Ec. Sri Hariyati M.M selaku dosen wali yang telah membimbing peneliti selama menempuh studi di STIE Perbanas Surabaya.
4. Bapak Dr. Ronny, S.Kom.,M.Kom.,MH. selaku dosen pembimbing yang berperan sangat penting atas terselesainya penulisan skripsi ini karena banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan,

arahan dan pengetahuan sehingga skripsi dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

5. Bapak Ibu Dosen STIE Perbanas Surabaya yang dengan ikhlas memberikan ilmu kepada penulis selama proses pembelajaran.
6. Seluruh Civitas Akademika STIE Perbanas Surabaya.
7. Kedua orang tua yang telah memberikan dukungan baik secara moril maupun materil, menuntun peneliti dengan sabar serta doa restu yang selalu diberikan kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik dan lancar.

Dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun peneliti harapkan agar dapat melahirkan berbagai inovasi dan inspirasi kepada orang lain serta dapat memberikan kontribusi positif yang jauh lebih baik dari peneliti. Harapan peneliti semoga skripsi ini nantinya bisa bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan, berkepentingan, dan dapat menambah wawasan bagi para pembaca serta peneliti selanjutnya.

Surabaya, 17 oktober 2014

Penulis

DAFTAR ISI

PENGESAHAN SKRIPSI.....	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
ABSTRAKSI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah Penelitian	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori.....	15
2.3 hubungan variabel	28
2.4 Kerangka penelitian	29
2.5 Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Rancangan Penelitian	31
3.2 Batasan Penelitian	32
3.3 Identifikasi Variabel.....	32
3.4 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel	32
3.5 Instrumen Penelitian.....	37
3.6 Populasi, Sampel Dan Teknik Pengambilan Sampel	37
3.7 Data Dan Metode Pengumpulan Data.....	39
3.8 Uji Validitas Dan Realibilitas Instrumen Penelitian	40
3.9 Teknik Analisis Data.....	41
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....	44
4.1 Gambaran subyek Penelitian.....	44
4.2 Analisis Data	47
4.3 Pembahasan	60
BAB V PENUTUP.....	64
5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Keterbatasan Penelitian	64
5.3 saran	65
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Hsin Kuang Chi <i>et al</i>	10
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Syed Saad Hussain Shah <i>et al</i>	12
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	29
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin.....	45
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	46
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Smartphone Selain HTC	46

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Market Sharen dan data penjualan smartphone di Indonesia	4
Table 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3.1 Indikator Kuesioner	36
Tabel 4.1 Kategori Mean Variabel Bebas dan Terikat	48
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Terhadap Kesadaran Merek (KS)	48
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap Preferensi Merek (PM)	49
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Merek (LM)	50
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Niat Beli (NB).....	51
Tabel 4.6 Uji Validitas	52
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas.....	53
Tabel 4.8 Koefisien Regresi Linier Berganda	54
Tabel 4.9 Koefisien Determoinasi Simultan	55
Tabel 4.10 Hasil Perhitungan Koefisien Korelasi dan Determinasi Parsial.....	56
Tabel 4.11 Hasil Analisis Uji simultan (ujiF) Anova.....	57
Tabel 4.12 Ringkasan Hasil Signifikan	59

ABSTRACT

The Influence Brand Awareness, Brand Preference, Brand Loyalty, Toward Smartphone Brand Of HTC Purchase Intentions In Surabaya

HTC builds the reputation as designer behind the scene and as manufacturer from many popular mobile device on the market. Since 2006, HTC introduced plentiful advanced mobile devices under the HTC names itself and portfolio including Smartphone and tablet supported by android and windows phone operation system. HTC created well-suited user experience and they believe their device creation needs to be fit for the user, not vice versa. what they build not only focus to the product but they observe and respect how people choose to interact with the technology. But the time pass, another Smartphone brand starting to rise and the impact from that. HTC encounter downgrade of product selling, in the meantime as the company face the risk, we can use the variables methods such as brand awareness, brand preference, brand loyalty toward purchase intention and processed by *SPSS 16.0 for windows*

keywords : brand awareness, brand preference, brand loyalty, purchase intention.