

**PENGARUH KESADARAN MEREK DAN DISKON HARGA TERHADAP
NIAT PEMBELIAN DENGAN DI MEDIASI CITRA RESTORAN
SEAFOOD NEW JAVANA DI SURABAYA**

S K R I P S I

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Strata Satu
Jurusan Manajemen



Oleh :

HARYO AGUNG PRASETYO
2010210191

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

**PENGARUH KESADARAN MEREK DAN DISKON HARGA TERHADAP
NIAT PEMBELIAN DENGAN DI MEDIASI CITRA RESTORAN
SEAFOOD NEW JAVANA DI SURABAYA**

Diajukan oleh :

HARYO AGUNG PRASETYO

2010210191

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,
Tanggal:30 September 2014

(Dr.Drs.Soni Harsono,M.Si)



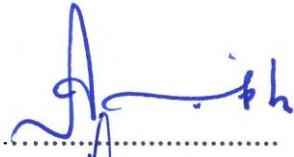
**PENGARUH KESADARAN MEREK DAN DISKON HARGA TERHADAP
NIAT PEMBELIAN DENGAN DI MEDIASI CITRA RESTORAN
SEAFOOD NEW JAVANA DI SURABAYA**

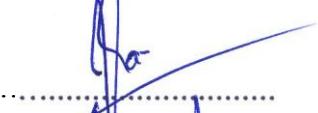
Disusun oleh :

**HARYO AGUNG PRASETYO
2010210191**

Dipertahankan didepan tim penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal 30 September 2014

Tim penguji

Ketua : Dra.Ec.Aniek Maschudah Ilfitriah,M.Si.....

Sekertaris : Dr. Drs. Soni Harsono, M. Si.

Anggota : Dr. Basuki Rachmat,S.E.,M.M.

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Haryo Agung Prasetyo
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 15 April 1992
N.I.M : 2010210191
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Pemasaran
Judul : Pengaruh Kesadaran Merek Dan Diskon Harga Terhadap Niat Pembelian Dengan Dimediasi Citra Restoran Seafood New Javana Di Surabaya.

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Studi S1 Manajemen,
Tanggal : 30 September 2014



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

Dosen Pembimbing,
Tanggal : 30 September 2014



(Dr. Drs. Soni Harsono, M.Si.)

PERSEMBAHAN DAN MOTTO
MOTTO
TINGKAT KESULITAN DAPAT DI SELESAIKAN
DENGAN MEMAHAMI DAN MENCINTAI KESULITAN ITU

Syukur Alhamdulillah saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan hidayahnya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik, oleh karena itu saya mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan kekuatannya hingga saya dapat menyelesaikan skripsi dan menyelesaikan perkuliahan dengan tepat waktu.
2. Kedua orang tua saya dan keluarga besar Purn.kolonel.H.soejadi yang sudah banyak memberikan dukungan secara penuh dan secara ikhlas, baik dalam bentuk materi maupun dalam bentuk dukungan moril sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Kepada seseorang yang spesial dan sangat berpengaruh di dalam kehidupan saya dengan selalu memberikan dukungan dalam kondisi apapun di dasari atas rasa sayang,cinta dan penuh kasih,Seseorang itu dengan nama Annisa Triana Putri.
4. Yang terakhir sahabat dan rekan kuliah yang selama ini menemani cerita perkuliahan saya Irw.pradata,Adhe Bagus Tirta,Kevin,Rendra,Achmad Ridho,Said,Vemby,Dan guru besar padepokan Green Beji Fahmi S.E,dan teman-teman angkatan 2010 Manajemen Pemasaran.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan atas kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, taufik serta hidayah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul “**PENGARUH KESADARAN MEREK DAN DISKON HARGA TERHADAP NIAT PEMBELIAN DENGAN DI MEDIASI CITRA RESTORAN SEAFOOD NEW JAVANA DI SURABAYA**”.

Penulis menyadari bahwa peran berbagai pihak sangatlah membantu penulis mulai dari masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini karena bimbingan dan arahannya. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Lutfi, SE.,M.Fin, selaku ketua STIE Perbanas Surabaya.
2. Ibu Mellyza Silvi, S.EM.si selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen STIE Perbanas Surabaya
3. Dr.Drs.Soni Harsono,M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan serta motivasi bagi saya dalam menyusun skripsi ini.
4. Seluruh staf dan karyawan STIE Perbanas Surabaya
5. Kedua orang tua saya yang telah mensuport saya hingga saat ini yang telah berusaha keras momotivasi saya agar bisa bertahan hingga studi saya berakhir.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN SIAP UJI.....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	v
PERSEMBAHAN DAN MOTO.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRACT.....	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1Latar Belakang	1
1.2Perumusan Masalah	7
1.3Tujuan Penelitian	8
1.4Manfaat Penelitian	9
1.5Sistematika Penulisan Skripsi	10
BAB II.....	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1Penelitian Terdahulu	12
2.2Landasan Teori.....	16
2.3Kerangka Pemikiran.....	23
2.4Hipotesis.....	24
BAB III	26
METODE PENELITIAN.....	26
3.1Rancangan Penelitian	26
3.2Batasan Penelitian	27
3.3Idenifikasi Variabel	27
3.4Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel	28
3.5Populasi, Sampel, Dan Teknik Pengambilan Sampel	30
3.6Instrumen Penelitian.....	33
3.7Data dan Metode Pengumpulan Data.....	34
3.8Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	35
3.9Teknik Analisis Data.....	38
BAB IV	43
GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	43
4.1Gambaran Subyek Penelitian	43
4.2Analisis Data	47
4.3Pembahasan.....	69
BAB V.....	79
PENUTUP.....	79
5.1Kesimpulan	79
5.2Keterbatasan Penelitian.....	81
5.3Saran.....	81
DAFTAR RUJUKAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan Resto Seafood New Javana 2010-2014	4
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Sekarang Dengan Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1 Kisi-kisi Pertanyaan	33
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	44
Tabel 4.2 Interval Kelas Variabel	47
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kesadaran Merek	47
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Diskon Harga	48
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Restoran	49
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Niat Pembelian	50
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Validitas Pada Variabel Penelitian	52
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Reliabilitas Pada Variabel Penelitian	53
Tabel 4.9 Koefisien Kesadaran Merek dan Diskon Harga Terhadap Citra Restoran	54
Tabel 4.10 Koefisien Kesadaran Merek Dan Kesadaran Merek Dimediasi Citra Restoran Terhadap Niat Pembelian	56
Tabel 4.11 Koefisien Diskon Harga Dan Diskon Harga Dimediasi Citra Restoran Terhadap Niat Pembelian	58
Tabel 4.12 Pengaruh Langsung	60
Tabel 4.13 Pengaruh Tidak Langsung	60
Tabel 4.14 Total Pengaruh	60
Tabel 4.15 Hasil Analisis Uji Simultan (Uji F)	61
Tabel 4.16 Hasil Uji t Pengaruh Kesadaran Merek dan Diskon Harga Terhadap Citra Restoran	62

Tabel 4.17	Hasil Uji t Pengaruh Kesadaran Merek dan Kesadaran Merek di Mediasi Citra Restoran Terhadap Niat Pembelian	62
Tabel 4.18	Hasil Uji t Pengaruh Kesadaran Merek dan Kesadaran Merek di Mediasi Citra Restoran Terhadap Niat Pembelian	62

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Keragka Pikir Penelitian dari Mohammad Faryabi, Kousar Sadeghzadeh dan Mortaza Saed.	13
Gambar 2.2 Kerangka Pikir Penelitian dari Hsin Kuang Chi, Huery Ren Yeh	14
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran	24
Gambar 3.1 Contoh Jalur Path Analyis	41
Gambar 4.1 Gambar Path Analyis Peneliti Sekarang	53
Gambar 4.2 Model Kesadaran Merek Dan Diskon Harga Terhadap Citra Restoran	54
Gambar 4.3 Model Kesadaran Merek DiMediasi Citra Restoran Terhadap Niat Pembelian	56
Gambar 4.4 Model Diskon Harga DiMediasi Citra Restoran Terhadap Niat Pembelian	58

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Tabulasi Data
- Lampiran 3 Output Gambaran Subyek Penelitian
- Lampiran 4 Output Deskriptif
- Lampiran 5 Output Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 6 Output *Path Analysis*

**THE EFFECT OF BRAND AWARENESS AND PRICE DISCOUNT ON
PURCHASE INTENTION WITH MEDIATED IMAGE OF
RESTOURANT SEAFOOD NEW JAVANA
IN SURABAYA**

ABSTRACT

The purpose of this research was to examine The Effect of Brand Awareness and Price Discount on Purchase Intention with mediated Image of Restourant Seafood New Javana in Surabaya. The questionnaire as an instrument to get a response from the respondents and questionnaires were spread on the 76 respondents. Criteria Sample in this research is the consumer Seafood Resto New Javana aged above 19 years and domiciled in Surabaya. Sampling method used is the Accidental Sampling conducted by questionnaire in a Seafood Resto spread New Javana. Analysis techniques were used to test the hubunga of free variables, variables and variable bound to mediation is the Path Analysis with SPSS software for 16 Windows. This research shows that brand awareness and price discounts are significant and simultaneous partial influence on the image of the restaurant. Brand awareness and purchase intent significantly to berepengaruh, either directly or with the mediated image of the restaurant. Discount price effect is not significantly to purchase intent. But the discount price can purchase intent significantly to berepengaruh with the mediated image of the restaurant.

Keyword : Awareness, Discount, Image, Purchase Intention