

**PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK DAN  
PERSEPSI KUALITAS TERHADAP NIAT PEMBELIAN  
AIR MINUM DALAM KEMASAN MEREK CLEO  
DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Sarjana  
Program Studi Manajemen



Oleh :

**DANANG DWI ANTORO**  
**2012210109**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
SURABAYA  
2016**

PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK DAN  
PERSEPSI KUALITAS TERHADAP NIAT PEMBELIAN  
AIR MINUM DALAM KEMASAN MEREK CLEO  
DI SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Sarjana  
Program Studi Manajemen



Oleh :

DANANG DWI ANTORO  
2012210109

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
SURABAYA

2016

**PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK DAN PERSEPSI  
KUALITAS TERHADAP NIAT PEMBELIAN AIR MINUM DALAM  
KEMASAN MEREK CLEO DI SURABAYA**

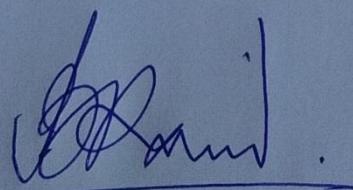
Diajukan oleh :

**DANANG DWI ANTORO**

**NIM : 2012210109**

Skripsi ini telah dibimbing  
Dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,  
Tanggal : 31 Agustus 2016

  
(Dr. Basuki Rahmat, S.E.,MM)

# SKRIPSI

PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK DAN PERSEPSI  
KUALITAS TERHADAP NIAT PEMBELIAN AIR MINUM DALAM  
KEMASAN MEREK CLEO DI SURABAYA

Disusun oleh

DANANG DWI ANTORO

2012210109

Dipertahankan di depan Tim Penguji  
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi  
pada tanggal 3 September 2016

Tim Penguji

Ketua : Dra. Lindiawati, MM.

Sekretaris : Dr. Basuki Rachmat, S.E., MM.

Anggota : Mochamad Nurhadi, S.Kom., MM.

## PENGESAHAN SKRIPSI

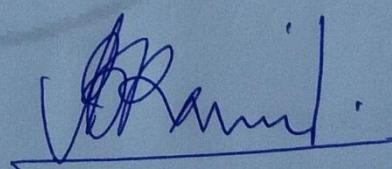
Nama : Danang Dwi Antoro  
Tempat, Tanggal Lahir : Sidoarjo, 2 Januari 1994  
N.I.M : 2012210109  
Jurusan : Manajemen  
Program Pendidikan : Strata 1  
Kosentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul : Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek dan Persepsi Kualitas Terhadap Niat Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Cleo di Surabaya.

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Sarjana Manajemen,  
Tanggal : .....

Dosen Pembimbing,  
Tanggal : 13 Oktober 2016

  
(Dr. Muazaroh, S.E.,MT)

  
(Dr. Basuki Rachmat, S.E., MM)

# Motto

*"Saya datang, saya bimbingan, saya ujian, saya revisi dan saya menang"*

*"Jangan tunggu nanti untuk kebaikan"*

*"Jika kamu berbuat baik (berarti) kamu berbuat baik bagi dirimu sendiri dan sebaliknya jika kamu berbuat jahat, maka kejahatan itu untuk dirimu sendiri pula" (QS. Al-Isra' : 7)*

*"Hasil tidak akan mengkhianati usaha"*

*Persembahan Terbaik Untuk Mama . . .*

**T**iada kata yang bisa diucapkan setelah skripsi ini selesai. Puji syukur, atas izin Allah SWT skripsi ini sudah mampu saya selesaikan. Banyak pihak yang berpengaruh dalam pengerajan Skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

Terima kasih saya ucapkan kepada orang tua saya khususnya alm mama saya semoga amal dan ibadah beliau diterima oleh Allah SWT, papa dan serta kakak saya yang sudah menjadi alasan utama saya untuk bisa berjuang menyelesaikan skripsi ini. Maaf, aku sudah banyak merepotkan kalian.

Untuk kawan-kawanku di bangku kuliah, Ardo L.M, Andi Yudha, Andra A, Faried (jinbon), Edo F, Taufik bekti, Deddy, Hendra Yoga, dan masih banyak lagi yang tidak disebutkan. Serta kawan-kawanku di bangku SMP, Frolis Yudha, Nanda Aulia P.L, Alich (Njos), Eko (Kotem), Kristin (cece), Ariska, Novi, dan Axel. Terima kasih atas pertemanan kita selama ini, pertemanan yang tiada batas lagi, teman seperjuangan, sepermainan, segala-galanya. Kalian sudah memberiku arti perjuangan sebenarnya.

Untuk Kartika Dianarista, kekasihku, terima kasih telah menemaniku selama ini baik senang maupun duka kita berjuang bersama-sama untuk dapat menyelesaikan skripsi ini, terus semangat jangan putus asah. semoga kita dapat terus bersama-sama teruss..

Bapak/Ibu Dosen sebelumnya saya mohon maaf karena saya sering mengeluh dan marah kepada bapak/ibu karena saya merasa dipersulit atau apapun itu namanya yang membuat saya hampir putus asa. Tapi saya ucapkan terima kasih atas apa yang telah anda lakukan kepada saya yang saat ini baru saya pahami apa maksud dari perlakuan bapak ibu kepada saya.

Enterpreneur Club, meskipun hanya sesaat, terima kasih sudah memberiku ruang untuk bergerak dan mengembangkan hal yang belum pernah aku lakukan sebelumnya. Dahsyat Luar Biasa!!

Terima kasih untuk keluarga besar kos Nginden V/67 dan Wakop 63, cak rep, bos lukman, abah duwan, pak yanto, pak sunar, galang jaya. Dan juga terima kasih kepada keluarga besar cak ron&um

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur atas rahmat dan ridho Allah SWT yang telah memberikan kekuatan, kemampuan serta kemudahan sehingga penulis berhasil dalam menyusun skripsi yang berjudul "**Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Niat Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Cleo Di Surabaya**". Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya pada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini,

1. Dr. Lutfi, SE, M.Fin. Selaku Ketua STIE Perbanas Surabaya.
2. Dr. Muazaroh. SE .MT. Selaku Ketua Jurusan STIE Perbanas Surabaya.
3. **Dr. Drs. Emanuel Kristijadi,MM.** Selaku Dosen Wali yang selalu membantu bagi penulis.
4. Dr. Basuki Rachmat,SE.,MM. Selaku Dosen pembimbing yang selalu memberikan pengarahan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak/Ibu Dosen dan Civitas Akademik STIE Perbanas Surabaya yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama proses pembelajaran.

Penulis menyadari jika penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Maka penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun untuk menyempurnakan skripsi ini pada waktu yang akan datang.

Surabaya, Agustus 2016

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI .....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....	iv
MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
ABSTRAK/RINGKASAN .....	xiv
BAB I      PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.5 Sistematika Penulisan .....	8
BAB II     TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
2.2 Landasan Teori .....	17
2.3 Kerangka Pemikiran .....	28
2.4 Hipotesis Penelitian .....	29
BAB III    METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Rancangan Penelitian .....	30
3.2 Batasan Penelitian .....	30
3.3 Identifikasi Variabel .....	31
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	31
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	34
3.6 Data dan Metode Pengumpulan Data .....	39
3.7 Teknik Analisis Data .....	40
BAB IV    GAMBARAN SUBJEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	
4.1 Gambaran Subjek Penelitian .....	47
4.2 Analisis Data .....	59
4.3 Pembahasan .....	68

BAB V	PENUTUP	
5.1	Kesimpulan .....	72
5.2	Keterbatasan Penelitian .....	73
5.3	Saran .....	73

DAFTAR RUJUKAN  
LAMPIRAN

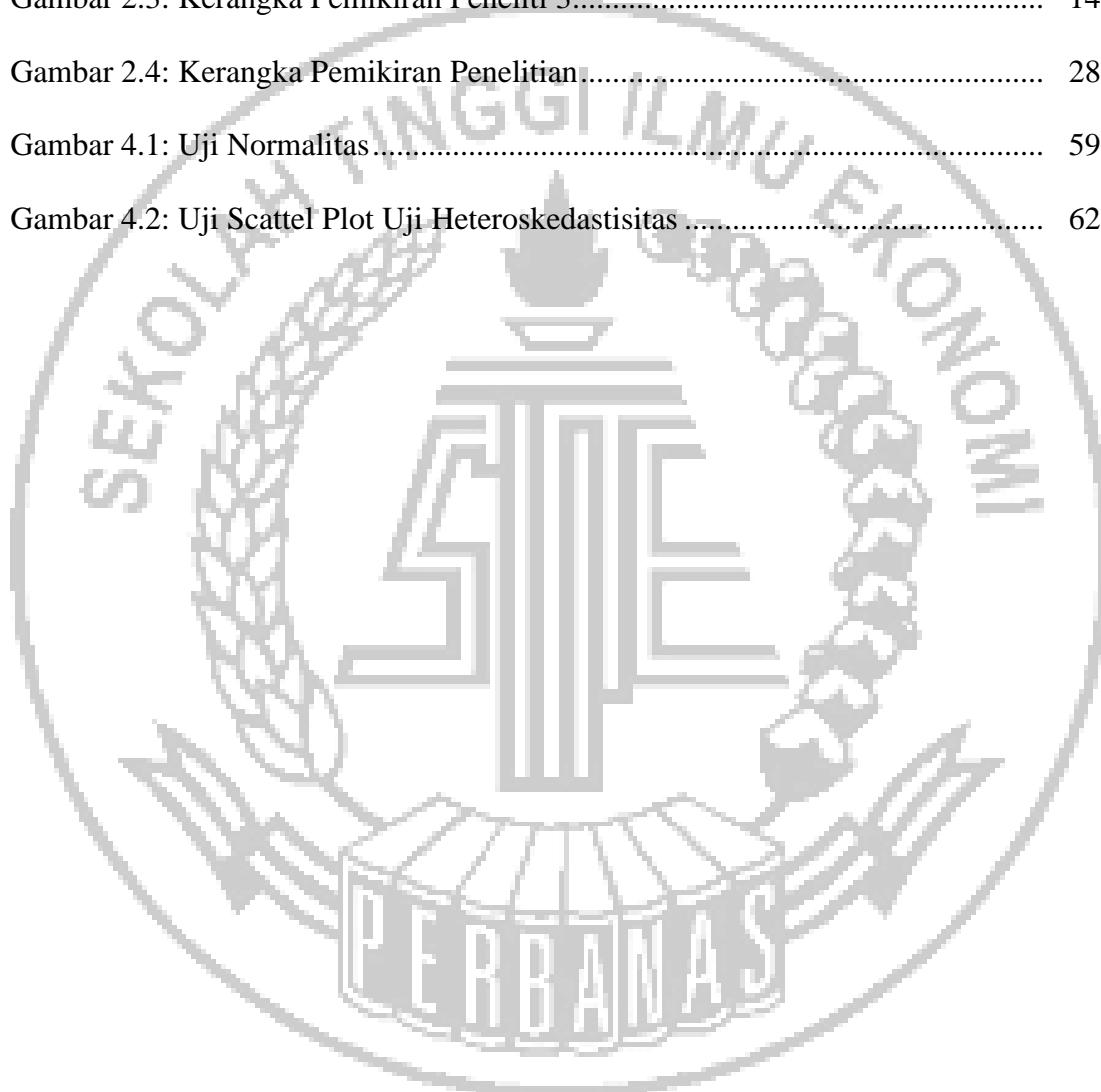


## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1: Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang .....	15
Tabel 3.1: Kisi-kisi Pernyataan Kuesioner .....	37
Tabel 4.1: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	48
Tabel 4.2: Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4.3: Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	49
Tabel 4.4: Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	50
Tabel 4.5: Kategori Mean Dari Variabel Bebas dan Terikat .....	51
Tabel 4.6: Tanggapan Responden Terhadap Kesadaran Merek.....	52
Tabel 4.7: Tanggapan Responden Terhadap Asosiasi Merek .....	53
Tabel 4.8: Tanggapan Responden Terhadap Persepsi Kualitas .....	54
Tabel 4.9: Tanggapan Responden Terhadap Niat Pembelian .....	55
Tabel 4.10: Hasil Uji Validitas Sampel Kecil.....	56
Tabel 4.11: Hasil Uji Validitas Sampel Besar .....	57
Tabel 4.12: Hasil Uji Reliabilitas Sampel Kecil .....	58
Tabel 4.13: Hasil Uji Reliabilitas Sampel Besar.....	58
Tabel 4.14: Multikolinearitas Dengan VIF .....	60
Tabel 4.15: Uji Autokorelasi.....	61
Tabel 4.16: Hasil Regresi Linier Berganda.....	63
Tabel 4.17: Hasil Koefisien Kolerasi .....	64
Tabel 4.18: Hasil Determinasi Simultan .....	65
Tabel 4.19: Hasil Perhitungan Uji T .....	66
Tabel 4.20: Hasil Perhitungan Uji F .....	67

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1: Kerangka Pemikiran Peneliti 1.....	11
Gambar 2.2: Kerangka Pemikiran Peneliti 2.....	13
Gambar 2.3: Kerangka Pemikiran Peneliti 3.....	14
Gambar 2.4: Kerangka Pemikiran Penelitian.....	28
Gambar 4.1: Uji Normalitas.....	59
Gambar 4.2: Uji Scattel Plot Uji Heteroskedastisitas .....	62



## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Data Responden dan Tabulasi
- Lampiran 3 : Uji Validitas
- Lampiran 4 : Uji Reliabilitas
- Lampiran 5 : Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 6 : Analisis Regresi Linier Berganda

**EFFECT OF BRAND AWARENESS, BRAND ASSOCIATION AND  
PERCEIVED QUALITY OF PURCHASE INTENTIONS  
DRINKING WATER IN PACKAGING CLEO  
BRAND IN SURABAYA**

**DANANG DWI ANTORO**

STIE Perbanas Surabaya

Email : [2012210109@students.perbanas.ac.id](mailto:2012210109@students.perbanas.ac.id)

Kalitengah Rt 01 Rw 02 Tanggulangin-SDA

**ABSTRACT**

Brand awareness describes the presence of the brand in the mind of consumers, who may be a determinant in consumer purchase intentions. This study in to determine whether the brand awareness, brand association, and perceived quality significantly influence purchase intentions. This study uses the entire population of Surabaya, which will consume bottled water brand cleo. Sampel retrieval techniques in use in this study was convenience sampling. The sample used by 74 respondent. Data were collected through a questionnaire survey. And for this study data analysis using SPSS 22. Brand awareness is not significant, while the brand association and perceived quality of significant positive on purchase intentions.

Keywords : Brand Awareness , Brand Association , Perceived Quality and Purchase Intentions