

**PENGARUH KEPERIBADIAN MEREK, IDENTITAS MEREK, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP NIAT PEMBELIAN
BIO SPRAY DI SURABAYA**

SKRIPSI

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



Oleh :

MARINA SANGGARWATI SUPRAPTO

2012210400

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

2016

**PENGARUH KEPERIBADIAN MEREK, IDENTITAS MEREK, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP NIAT PEMBELIAN
BIO SPRAY DI SURABAYA**

Diajukan oleh :

MARINA SANGGARWATI SUPRAPTO

2012210400

Skripsi ini telah dibimbing
Dan dinyatakan siap diujikan

Dosen pembimbing

Tanggal : 8-8-2016

A handwritten signature in blue ink, consisting of a stylized 'R' followed by a flourish and a horizontal line.

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

SKRIPSI

**PENGARUH KEPERIBADIAN MEREK, IDENTITAS MEREK, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP NIAT PEMBELIAN
BIO SPRAY DI SURABAYA**

Disusun Oleh

MARINA SANGGARWATI SUPRAPTO

2012210400

Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal 1 September 2016

Tim Penguji

Ketua : Prof. Dr. Tatik Suryani, MM

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

Anggota : Drs. Ec. Harry Widiantoro, M.Si

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Marina Sanggarwati Suprpto
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 19 Oktober 1993
N.I.M : 2012210400
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Kepribadian Merek, Identitas Merek,
dan Kualitas Produk Terhadap Bio Spray Di
Surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Sarjana Manajemen,

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 20 - 10 - 2016

Tanggal : 17 - 10 - 2016



Dr. Muazaroh S.E., M.T.



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

PERSEMBAHAN

ALLAH SWT

ALHAMDULILLAHIROBBILALAMIN PUJI SYUKUR KEPADA ALLAH ATAS RAHMAT DAN PERTOLONGANNYA DAPAT MENUNTASKAN SKRIPSI INI, ALHAMDULILLAH

MY PARENTS

TERIMA KASIH UNTUK MAMA PAPA YANG SELALU SUPPORT AKU, YANG SELALU NASEHATIN AKU, YANG SELALU MEMPERHATIKAN AKU, THANK YOU SO MUCH :* SKRIPSI INI KU PERSEMBAHKAN UNTUK MAMA PAPA TERCINTA, ALWAYS LOVE YOU :*

MY BROTHERS

THANK YOU MY BROTHERS RAKA AND DIEGA YANG SELALU CARE SAMA KAKAK CEWEK SATU-SATUNYA YANG REMpong HAHHAHA, LOVE YOU FULL :*

MY LOVELY

THANK YOU SO MUCH FOR YOUR SUPPORT, ALWAYS LOVE ME, CARING ME, PROTECT ME, I'M SO PROUD TO HAVE YOU. I LOVE YOU FOREVER :* :* :*

MY CIWI-CIWI

THANK YOU MY CIWI SISKA, RISA, VENNY, DINI, IRFA, FIFI, THANK YOU GIRLS, YOU ARE SO SPECIAL...MISS YOU SO BAD :* :* *

KATA PENGANTAR

Segala Puji Syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan ridho-Nya akhirnya saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul : “Pengaruh Kepribadian Merek, Identitas Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Niat Pembelian Bio Spray di Surabaya”.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang selama ini memberikan bantuan dan dukungannya, yaitu kepada :

1. Dr. Lutfi, S.E., M.Fin. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
2. Dr. Muazaroh, S.E., M.T. selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya dan selaku Dosen Wali yang telah membantu mengarahkan selama proses perkuliahan hingga terselesaikannya skripsi ini.
3. Dr. Ronny, S.Kom., M.Kom. M.H selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan pikiran Beliau dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Prof. Dr. Tatik Suryani, MM dan Drs. Ec. Harry Widyantoro, M.Si selaku para penguji skripsi yang telah memberikan kritik dan saran guna penyempurnaan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang telah memberikan ilmu dan pengalaman kepada penulis selama proses pembelajaran.
6. Staf-staf tata usaha STIE Perbanas Surabaya
7. Staf-staf perpustakaan

Penulis berharap agar hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat baik bagi penulis sendiri maupun pihak lain yang berkepentingan.

Surabaya, 1 September 2016

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI	iii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRACT	xv
ABSTRAK.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Sistematika Penulisan Proposal	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.1.1 Mahdi Borzooei dan Maryam Asgary, 2013	13
2.1.2. Seyed Motjaba Mahmaoudzadeh <i>et al</i> , 2013	15
2.1.3. Muhammad Irfan Tariq <i>et al</i> , 2013	17
2.2 Landasan Teori	21
2.2.1 Kepribadian Merek	21
2.2.2 Identitas Merek	24
2.2.3 Kualitas Produk	26
2.2.4 Niat Pembelian	29
2.2.5 Pengaruh kepribadian merek terhadap niat beli	31
2.2.6. Pengaruh identitas merek terhadap niat beli	31
2.2.7 Pengaruh kualitas produk terhadap niat beli	32
2.3 Kerangka Pemikiran	32
2.4 Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Rancangan Penelitian	34
3.2 Batasan Penelitian	35
3.3 Identifikasi Variabel	35
3.3.1 Variabel Bebas	35
3.3.2 Variabel Terikat	36

3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	36
3.4.1 Definisi Operasional	36
3.4.2 Pengukuran Variabel	39
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	40
3.6 Instrumen penelitian	42
3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data	43
3.7.1 Jenis Data	43
3.7.2 Metode Pengumpulan Data	43
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	44
3.8.1 Uji Validitas	44
3.8.2 Uji Reliabilitas	44
3.9 Teknik Analisis Data	45
3.9.1 Analisis Deskriptif	45
3.9.2 Uji Asumsi Klasik	45
a. Uji Normalis	45
b. Uji Multikolinearitas	46
c. Uji Heteroskedastisitas	46
d. Uji Autokorelasi	47
3.9.3 Analisis Regresi Berganda	48
a. Uji Parsial (Uji T)	49
b. Uji F	50
c. Koefisien Determinasi (R^2)	51
BAB IV GAMBARAN SUBYEK DAN ANALISIS DATA.....	52
4.1 Gambaran Subyek Penelitian	52
4.2 Analisis Data	55
4.3 Pembahasan	75
BAB V PENUTUP.....	85
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Keterbatasan Penelitian	86
5.3 Saran	86
DAFTAR RUJUKAN	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

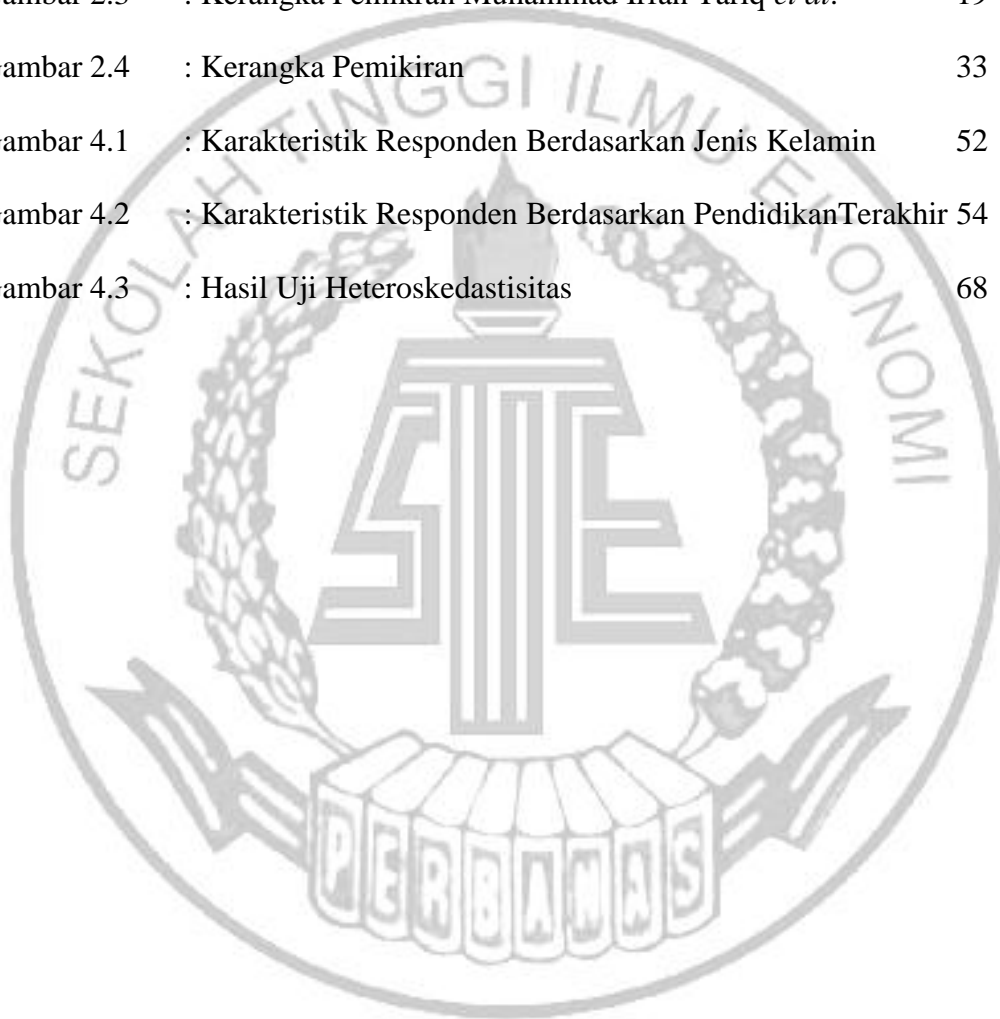
	Halaman
Tabel 1.1 : Penghargaan Yang Diraih	3
Tabel 1.2 : Data Member Baru	5
Tabel 2.1 : Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 : Interval Kelas	40
Tabel 3.2 : Kisi-kisi Pernyataan Kuesioner	42
Tabel 3.3 : Asumsi Autokorelasi	48
Tabel 4.1 : Karakteristik Responden Menurut Usia	53
Tabel 4.2 : Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan	55
Tabel 4.3 : Interval Kelas	56
Tabel 4.4 : Tanggapan Responden Variabel Kepribadian Merek	57
Tabel 4.5 : Tanggapan Responden Variabel Identitas Merek	58
Tabel 4.6 : Tanggapan Responden Variabel Kualitas Produk	60
Tabel 4.7 : Tanggapan Responden Variabel Niat Pembelian	61
Tabel 4.8 : Hasil Uji Validitas Sample Kecil	62
Tabel 4.9 : Hasil Uji Validitas Sample Besar	63
Tabel 4.10 : Hasil Uji Reliabilitas Sample Kecil	64
Tabel 4.11 : Hasil Uji Reliabilitas Sample Besar	65
Tabel 4.12 : Hasil Uji Normalitas	66
Tabel 4.13 : Hasil Uji Multikolinearitas	67
Tabel 4.14 : Asumsi Autokorelasi	68
Tabel 4.15 : Hasil Uji Autokorelasi	69

Tabel 4.16	: Hasil Persamaan Regresi	70
Tabel 4.17	: Hasil Analisis Uji Parsial	72
Tabel 4.18	: Hasil Uji F	73
Tabel 4.19	: Koefisien Determinasi Simultan	74
Tabel 4.20	: Koefisien Determinasi Parsial	75



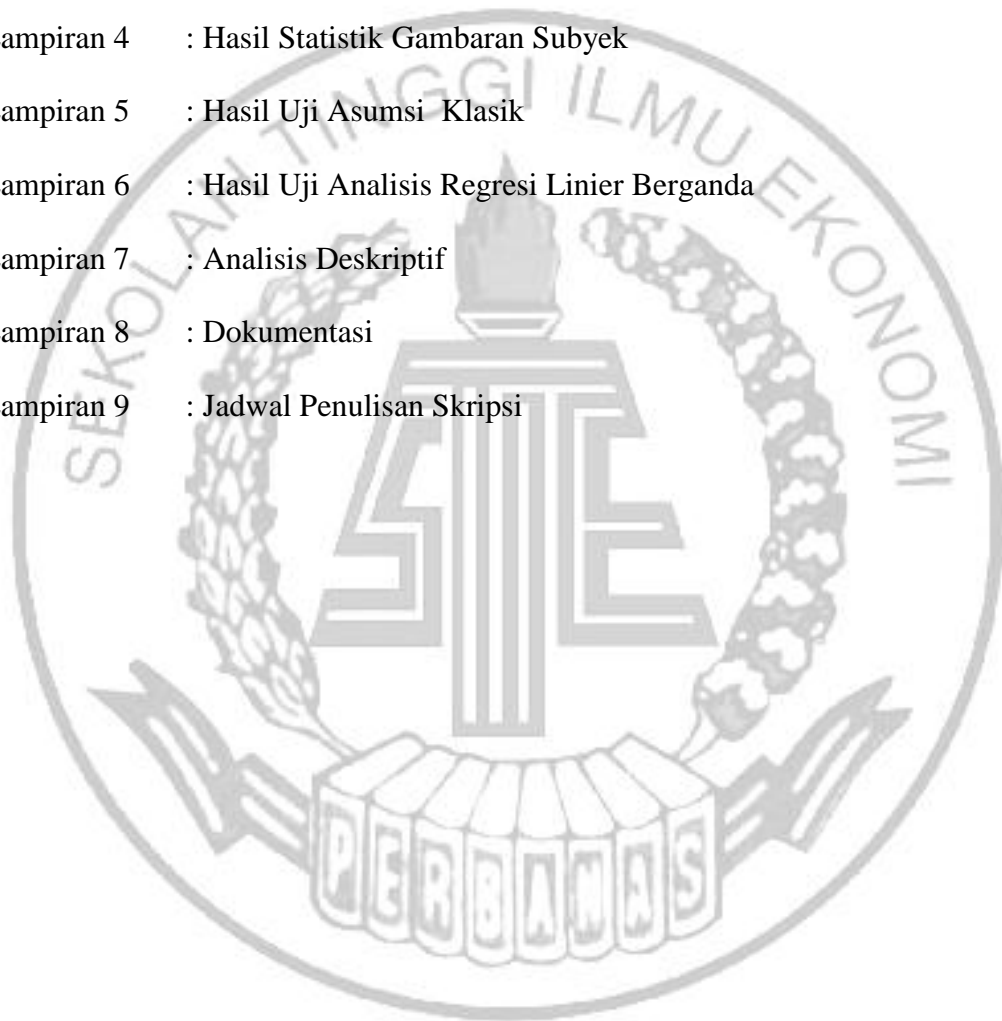
DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran Mahdi Borzooei dan Maryam	15
Gambar 2.2 : Kerangka Pemikiran Seyed Mojtaba Mahmoudzadeh <i>et al.</i>	17
Gambar 2.3 : Kerangka Pemikiran Muhammad Irfan Tariq <i>et al.</i>	19
Gambar 2.4 : Kerangka Pemikiran	33
Gambar 4.1 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Gambar 4.2 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	54
Gambar 4.3 : Hasil Uji Heteroskedastisitas	68



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Data Responden dan Tabulasi Data
- Lampiran 3 : Hasil Uji Validitas dan Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 4 : Hasil Statistik Gambaran Subyek
- Lampiran 5 : Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 6 : Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda
- Lampiran 7 : Analisis Deskriptif
- Lampiran 8 : Dokumentasi
- Lampiran 9 : Jadwal Penulisan Skripsi



***The Impact Of Brand Personality, Brand Identity And Product Quality To
Purchase Intentions Bio Spray In Surabaya***

Marina Sanggarwati Suprpto

STIE Perbanas Surabaya

Email: sanggarmarina@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine whether the brand personality, brand identity, and product quality significantly influence purchase intention Bio Spray in Surabaya. independent variables of this study is the brand personality, brand identity and product quality, while the dependent variable in this study is the purchase intention. Methods of data collection in this study using a questionnaire. Respondents who used a total of 100 respondents who are consumers Bio Spray in Surabaya. The results of this study are the brand's personality significantly influence purchase intention Bio Spray whereas, brand identity and product quality is not having an effect significantly. Brand personality, brand identity, and product quality simultaneously significantly influence purchase intention.

Keywords: Brand Personality, Brand Identity, Product Quality on Purchase Intention.

Pengaruh Kepribadian Merek, Identitas Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Niat Pembelian Bio Spray Di Surabaya

Marina Sanggarwati Suprpto

STIE Perbanas Surabaya

Email : sanggarmarina@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kepribadian merek, identitas merek, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian Bio Spray di Surabaya. variabel bebas dari penelitian ini adalah kepribadian merek, identitas merek, dan kualitas produk, sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah niat pembelian. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Responden yang digunakan sejumlah 100 responden yang merupakan konsumen Bio Spray di Surabaya. hasil dari penelitian ini adalah kepribadian merek berpengaruh secara signifikan terhadap niat pembelian Bio Spray sedangkan, identitas merek dan kualitas produk tidak berpegaruh secara signifikan. kepribadian merek, identitas merek, dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian.

Kata Kunci : Kepribadian Merek, Identitas Merek, Kualitas Produk pada Niat Pembelian.