

**PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK, DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU
ADIDAS DI SURABAYA**

S K R I P S I

Di ajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Program Manajemen



Oleh :

MUHAMMAD RIFQI ZAKARIA DZUL JALAALI
2013210974

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA**

2017

**PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK, DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU
ADIDAS DI SURABAYA**

S K R I P S I

Di ajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Program Manajemen



Oleh :

MUHAMMAD RIFQI ZAKARIA DZUL JALAALI
2013210974

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

2017

**PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU
ADIDAS DI SURABAYA**

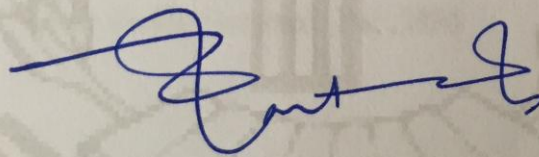
Diajukan Oleh :

**MUHAMMAD RIFQI ZAKARIA DZUL JALAALI
2013210974**

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,

Tanggal:.....**8-2-2017**.....



(Dr. Dra. Psi. Tjahjani Prawitowati, MM., Psi)

SKRIPSI

PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU ADIDAS DISURABAYA

Disusun oleh:

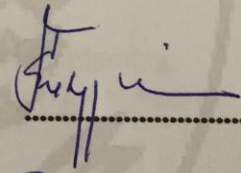
MUHAMMAD RIFQI ZAKARIA DZUL JALAALI

NIM: 2013210974

Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan lulus ujian skripsi
pada tanggal 13 Februari 2017

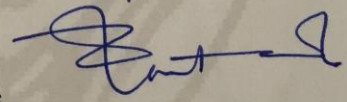
Tim Penguji

Ketua : Prof.Dr.Dra. Tatik Suryani, Psi.,MM



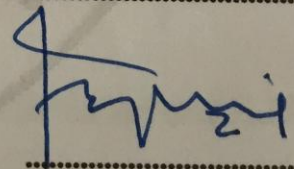
.....

Sekretaris : Dr.Dra. Psi. Tjahjani Prawitowati, MM.,Psi



.....

Anggota : Emma Yulianti, SE.,MM



.....

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Rifqi Zakaria Dzul Jalaali
Tempat, Tanggal Lahir : Sidoarjo, 07 Juli 1995
N.I.M : 2013210974
Program Studi : Manajemen
Program pendidikan : Sarjana
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek,
Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian
Sepatu Adidas di Surabaya

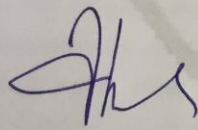
Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen,

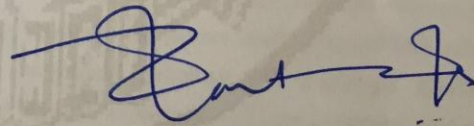
Tanggal: 14 April 2017

Dosen Pembimbing,

Tanggal: 7-4-2017



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



(Dr. Dra. Psi. Tjahjani Prawitowati, MM., Psi)

MOTTO

"Enjoy All The Processes Of Life, And Always Be Patient Trust In God"

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah..Alhamdulillah..Alhamdulillahahirobbil' alamin..

Sujud syukurku kusembahkan kepada Allah SWT Tuhan yang Maha Agung nan Maha Tinggi nan Maha Adil nan Maha Penyayang, atas hendaqmu telah kan jadikan aku manusia yang senantiasa berpikir, berilmu, beriman dan bersabar dalam menjalani kehidupan ini. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal bagiku untuk meraih cita-cita besarku. Amiin

ORANG TUA

Terimaqasih Abi dan Mama untuk dukungan, kasih sayang, waktu, materi dan doa yang tiada henti untuk Saya, akhirnya Saya bisa menyelesaikan studi Saya selama 3,5th alhamdulillah. Dalam setiap langkah Saya berusaha mewujudkan harapan-harapan yang kalian impikan, meski belum semua itu Saya raih' insyallah atas dukungan doa dan restu mimpi itu akan terjawab setelah ini. Semoga kalian diberikan kesehatan dan umur panjang agar dapat menemani Saya sampai sukses nanti Amiin. Dan semoga Saya selalu bisa menjadi kebanggan kalian semua.

KELUARGA BESAR

Terimaqasih semua keluarga yang selalu mendukung, mendoakan, dan memberikan kasih sayang seperti orang tua Saya sendiri. Untuk calon teman hidup Saya Lola Levisinia Burhan S.E yang selalu senang dan duka bersama selama hampir 3 tahun lebih ini semoga tetap menjadi pilihan yang terbaik untuk Saya Amin.

Jbu Tjakjani Prawitowati

Terima kasih bu Yani, sudah sabar membimbing, memberikan waktu dan tenaga untuk kami mulai dari awal hingga skripsi kami selesai. Maaf yaa bu bila kami sering merepotkan dan membuat ibu kesal atas revisi yang belum belum benar. Semoga bu Yani selalu diberikan kesehatan dan dilancarkan segala urusannya. Amin

TEMAN-TEMAN SEBIMBINGAN

Terima kasih banyak Taufiq Setiawan, Fahmy Suhartono, Sariq Mahardhika, J Gusti Nyoman, Imam Bahrul. Satu semester berjuang bareng, saling memberikan informasi, dukungan, dan segalanya. Semoga kita sukses selalu.

PEJUANG TOGA, ANJING LAUT SQUAD, REA REO, KERE HORE

Sahabat-sahabatku bahkan lebih dari sekedar sahabat. Berawal dari sahabat menjadi keluarga kecil kita semua. Sukses lur buat Anda Anda semua yang nantinya menjadi calon Bapak rumah tangga dan pastinya penerus bangsa Negara ini lur.

LAJNNYA

Terima kasih banyak untuk orang-orang yang pernah hadir dan yang masih tetap ada sampai saat ini. Terima kasih atas doa dan semangat nya selama ini buat Saya semoga kalian baik-baik terus dan sukses selalu.

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah Kehadirat ALLAH SWT yang telah melimpahkan segala Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU ADIDAS DI SURABAYA”**.

Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat penyelesaian Program Studi S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa proses penyusunan skripsi ini telah melalui banyak sekali hambatan dan rintangan, namun berkat dorongan dan bantuan dari berbagai pihak, maka akhirnya penulisan ini dapat terselesaikan. Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Lutfi, S.E., M.Fin. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
2. Ibu Dr. Muazaroh, SE., M. T. selaku Ketua Program Studi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surabaya.
3. Ibu Dr. Psi. Tjahjani Prawitowati, M.M. selaku Dosen Pembimbing yang berperan banyak atas selesainya penulisan skripsi ini karena banyak meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan bimbingan, sehingga skripsi dapat terselesaikan dengan baik.
4. Bapak Dr. Ronny, S.Kom., M.Kom., MH. selaku Dosen Wali yang telah membimbing Penulis selama menempuh studi di STIE PERBANAS Surabaya.
5. Bapak/Ibu Dosen Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang dengan ikhlas memberikan ilmu kepada Penulis selama proses pembelajaran.
6. Kedua orang tua Penulis yang telah memberikan dukungan sepenuhnya, menuntun Penulis dengan sabar serta doa restu yang selalu diberikan kepada Penulis.
7. Seluruh Dosen dan Rekan-rekan Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang telah memberikan dukungan serta saran dalam skripsi ini.

Akhirnya, Peneliti berharap agar skripsi ini dapat menjadi kontribusi yang baik untuk kedepannya. Berharap terdapat saran-saran yang membangun agar dapat melahirkan berbagai motivasi kepada orang lain serta dapat memberikan kontribusi yang jauh lebih baik bagi Peneliti.

Suarabaya, 13 Februari 2017

Muhammad Rifqi Zakaria D.J

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i	
HALAMAN PERSETUJUANSIAP DIUJI.....	ii	
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii	
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv	
HALAMAN MOTTO & PERSEMBAHAN.....	v	
KATA PENGANTAR.....	vii	
DAFTAR ISI.....	viii	
DAFTAR TABEL.....	x	
DAFTAR GAMBAR.....	xi	
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii	
<i>ABSTRACT</i>	xiii	
BAB I	PENDAHULUAN.....	1
	1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
	1.2 Rumusan Masalah.....	6
	1.3 Tujuan Penelitian.....	6
	1.4 Manfaat Penelitian.....	7
	1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II	TINJAUAN PUSTAKA.....	10
	2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
	2.2 Landasan Teori.....	16
	2.3 Kerangka Pemikiran.....	27
	2.4 Hipotesis Penelitian.....	28
BAB III	METODE PENELITIAN.....	29
	3.1 Rancangan Penelitian.....	29
	3.2 Batasan Penelitian.....	30
	3.3 Identifikasi Variabel.....	30
	3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	31
	3.5 Instrumen Penelitian.....	34
	3.6 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	35
	3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data.....	37
	3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	38
	3.9 Teknik Analisis Data.....	38
BAB IV	GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	44
	4.1 Gambar Subyek Penelitian.....	44
	4.2 Analisis Data.....	47
	4.3 Pembahasan.....	71
BAB V	PENUTUP.....	76
	5.1 Kesimpulan.....	76
	5.2 Keterbatasan Penelitian.....	77

5.3 Saran..... 77

DAFTAR RUJUKAN
LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 : Survey Top Brand Index Tahun 2015.....	4
Tabel 1.2 : Survey Top Brand Index Tahun 2016.....	4
Tabel 2.1 : Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Sekarang.....	15
Tabel 3.1 : Kisi-Kisi Kuisioner.....	35
Tabel 4.1 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Tabel 4.2 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4.3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Status.....	46
Tabel 4.4 : Hasil Pengujian Validitas Sampel Kecil.....	48
Tabel 4.5 : Hasil Pengujian Reliabilitas Sampel Kecil.....	48
Tabel 4.6 : Hasil Uji Validitas Sampel Besar.....	51
Tabel 4.7 : Hasil Uji Reliabilitas Sampel Besar.....	51
Tabel 4.8 : Interval Kelas.....	54
Tabel 4.9 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kesadaran Merek.....	54
Tabel 4.10 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Asosiasi Merek.....	57
Tabel 4.11 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga.....	59
Tabel 4.12 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel keputusan Pembelian.....	61
Tabel 4.13 : Uji Multikolinearitas Variabel Bebas.....	64
Tabel 4.14 : Hasil Uji Autokorelasi.....	65
Tabel 4.15 : Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	66
Tabel 4.16 : Hasil Analisis Uji T.....	68
Tabel 4.17 : Hasil Analisis Uji F.....	69
Tabel 4.18 : Koefisien Determinasi Berganda.....	70

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1: Kerangka pemikiran Nisal Rochana Gunawardane.....	11
Gambar 2.2: Kerangka pemikiran Owusu Alfred.....	13
Gambar 2.3: Kerangka pemikiran Andreti <i>et.al</i>	15
Gambar 2.4: Kerangka pemikiran Peneliti.....	27
Gambar 4.1 : Hasil Uji Normalitas.....	63



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner

Lampiran 2 : Karakteristik Responden

Lampiran 3 : Data Responden Sampel Kecil

Lampiran 4 : Tabulasi Sampel Kecil

Lampiran 5 : Data Responden Sampel Besar

Lampiran 6 : Tabulasi Sampel Besar

Lampiran 7 : Output Statistic Tanggapan Responden

Lampiran 8 : Output Statistic Uji Validitas dan Reliabelitas Sampel Kecil

Lampiran 9 : Output Statistic Uji Validitas dan Reliabelitas Sampel Besar

Lampiran 10 : Output Analisis Data



THE INFLUENCE OF BRAND AWARENESS, BRAND ASSOCIATION, AND PRICE ON PURCHASE DECISION ADIDAS SHOES IN SURABAYA

Muhammad Rifqi Zakaria Dzul Jalaali
Stie Perbanas Surabaya
Email : 2013210974@students.perbanas.ac.id

ABSTRAK

One vision of marketing intended to sell or promote a product to be purchased by consumers. It's important to recognize that the purchase decision is part of the culmination of a purchase and it is important for companies to make their competence and experience to build a strong brand that will have an impact on the purchase decision process. This study is intended to find out how brand awareness, brand association, and the price influence purchasing decision Adidas shoes in Surabaya. This research method used is quantitative method. To conduct this study, the data collected through questionnaires as much 82 respondents through a descriptive study design techniques. Multiple linear regression analysis used in this study to analyze the data statistically. The result showed that brand awareness, brand association, and price affect the purchase decision for Adidas shoes.

Keywords : Brand awareness, Brand Associaton, Price, Purchase Decision

PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU ADIDAS DI SURABAYA

Muhammad Rifqi Zakaria Dzul Jalaali
Stie Perbanas Surabaya
Email : 2013210974@students.perbanas.ac.id

ABSTRAK

Salah satu visi dari pemasaran bertujuan untuk menjual atau mempromosikan suatu produk agar dibeli oleh konsumen. Sangat penting untuk mengakui bahwa keputusan pembelian merupakan bagian puncak dari suatu pembelian dan penting bagi perusahaan untuk membuat kompetensi dan membangun pengalaman merek yang kuat yang nantinya akan berdampak pada suatu proses pengambilan keputusan konsumen. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana kesadaran merek, asosiasi merek, dan harga mempengaruhi keputusan pembelian sepatu Adidas di Surabaya. Metode penelitian ini yang digunakan adalah metode kuantitatif. Untuk melakukan penelitian ini, data yang dikumpulkan melalui kuesioner sebanyak 82 responden melalui teknik desain penelitian deskriptif. Analisis regresi linear berganda digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis data secara statistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran merek, asosiasi merek, dan harga mempengaruhi keputusan pembelian untuk sepatu Adidas.

Kata kunci : Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Harga, Keputusan Pembelian