

**PENGARUH PERIKLANAN, KESADARAN MEREK, DAN HARGA
TERHADAPNIAT BELI PRODUK TOP WHITE COFFEE
DI SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Manajemen**



Oleh :

AHMAT SONY

2011210488

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
S U R A B A Y A
2017**

**PENGARUH PERIKLANAN, KESADARAN MEREK, DAN
HARGA TERHADAP NIAT BELI PRODUK TOP WHITE
COFFEE DI SURABAYA**

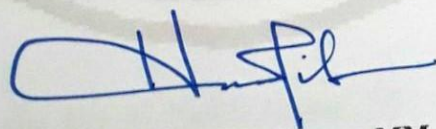
Diajukan oleh :

AHMAT SONY

NIM : 2011210488

Skripsi ini telah dibimbing dan
dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,
Tanggal : 11-04-2017



Dr. Drs. M. Nadjib Usman, MM.

SKRIPSI

PENGARUH PERIKLANAN, KESADARAN MEREK, DAN
HARGA TERHADAP NIAT BELI
PRODUK TOP WHITE COFFEE
DI SURABAYA

Disusun oleh

AHMAT SONY

NIM : 2011210488

Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal 20 Februari 2017

Tim Penguji

Ketua

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

Sekretaris

: Dr. Drs. M. Nadjib Usman, MM.

Anggota

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

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ahmat Sony
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 07november 1993
N.I.M : 2011210488
Jurusan : Manajemen
Progran Pendidikan : Strata I
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Periklanan, Kesadaran Merek, Dan
Harga Terhadap Niat Beli Produk Top White
Coffee Di Surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Sarjana Manajemen,

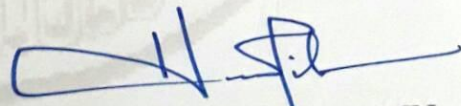
Tanggal : 11-04-2017



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

Dosen Pembimbing,

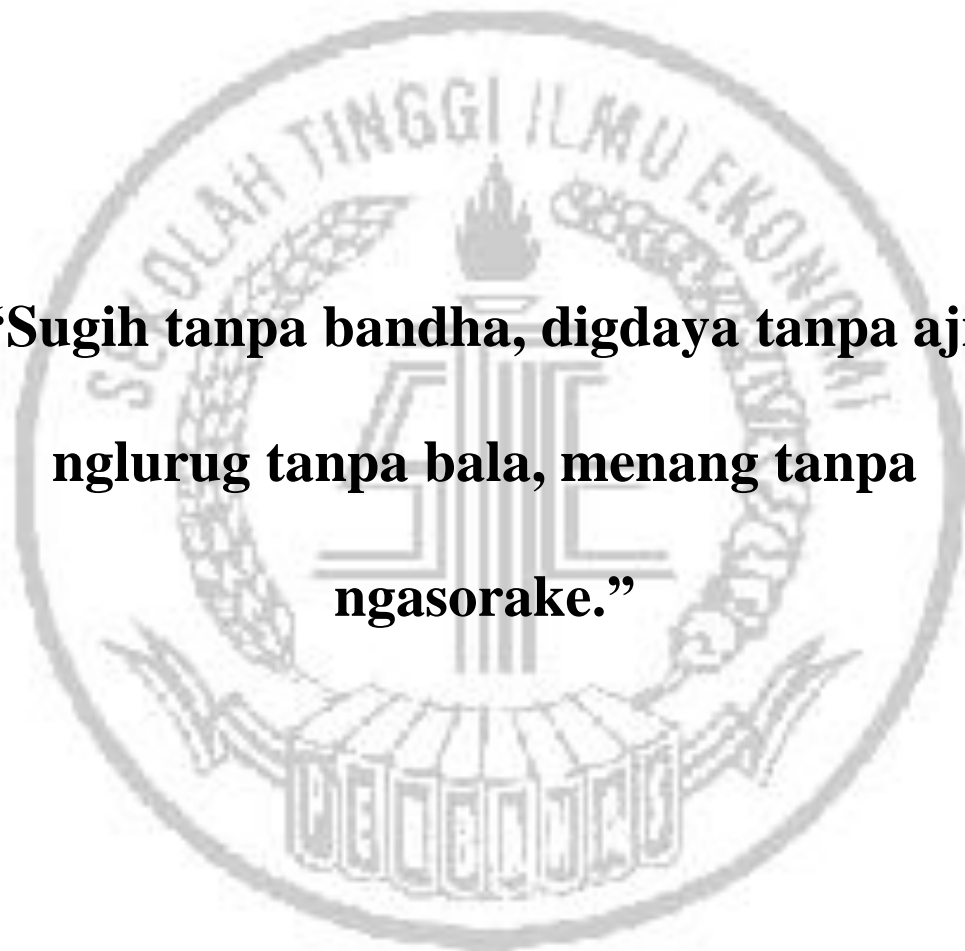
Tanggal : 11-04-2017



Dr. Drs. M. Nadjib Usman, MM.

MOTTO

**“Sugih tanpa bandha, digdaya tanpa aji,
nglurug tanpa bala, menang tanpa
ngasorake.”**

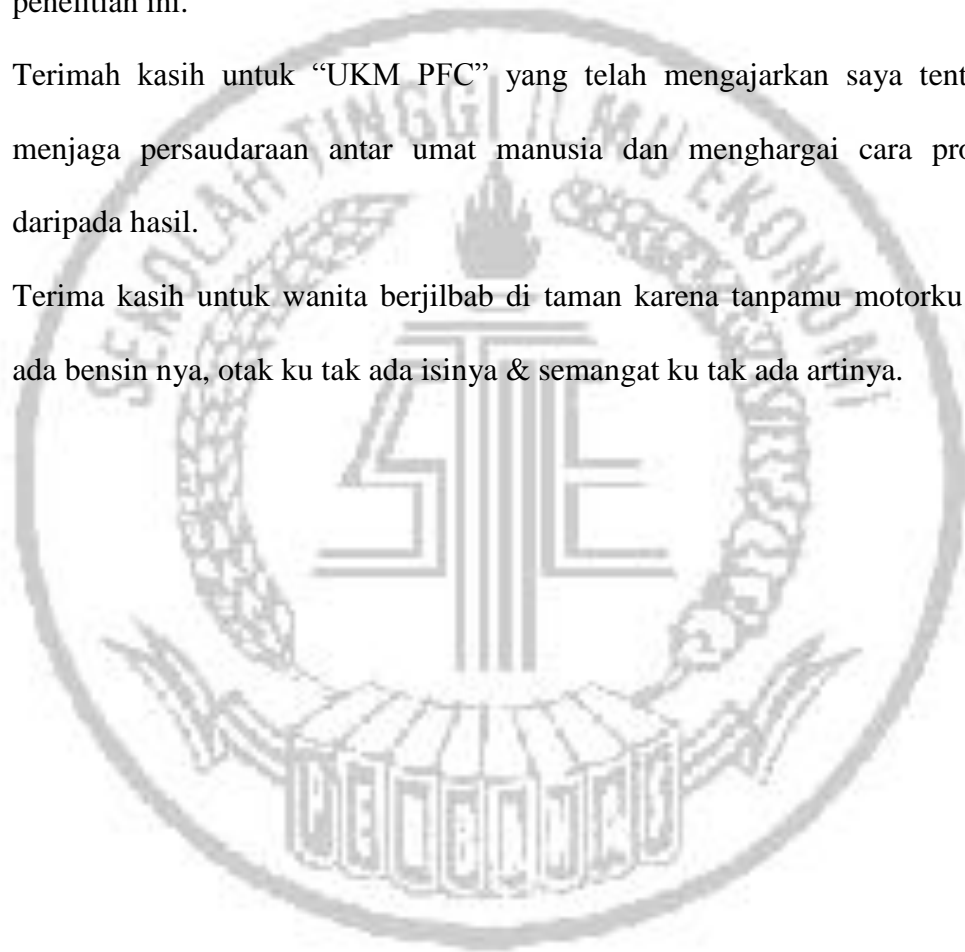


PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada semua orang yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

1. Untuk kedua orang tua saya Abah dan Umik serta saudara kandung saya Kakak dan Adik terima kasih untuk doa dan dukungannya yang telah diberikan selama ini tanpa kalian aku cuma manusia yang hanya punya nama.
2. Dr. Drs. M. Nadjib Usman, MM. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dengan sabar dan teliti mulai awal sampai akhir penyelesaian skripsi ini.
3. Terima kasih untuk semua dosen S1 Manajemen pemasaran yang telah memberikan ilmunya semoga bermanfaat untuk kedepannya.
4. Terima kasih untuk Aldy Rachmatya “Ateng”, Ingrid Vio Vernanda, Sugianto WP, Yunan Amrullah yang telah menjadi mentor meskipun sering marah karena saya sering lupa dengan cara dan pengerjaan skripsi.
5. Teman-teman seperguruan CKM gondrong (Hermas Mulya Wardhana, si kembar Dadang & Danang, Nugikkkk, Sadam Arif, Widji Ivan Fahrani, Kinsky “Mbatak” Naibaho, Afgan Mahesa, Nicko Gusly, Tony Bonek, Yogi Dinata, Yaseer Arafat, SWP, Ardi Firmansyah “Boncu”, Iqbal “Brintik”, Om Fangky, Pak Eko, Cak Mail, Cak Salam).
6. Teman-teman yang akan berjuang menempuh hidup baru (Yuniar Mulyawardhana, Yudo “Bregos”, Noval Helmy, Chandra “Penceng”, Pras “Celondo”, Achrizal “Gendut”).

7. Teman-teman seperguruan “Kapak Merah” (Rizal Fil Ardhi, Erwin Destiano, Fauzi Limbung, Achrizal Syahrudin, Wahyu Dani Prasetya, Sugianto Wijaya Putra, Lutfi Gresik, Farid Ardianto, Bima Borneo, Andre Gondrong, Sohell, Hendri Fachrudin).
8. Terimah kasih untuk responden yang telah bersedia mengisi kuesioner penelitian ini.
9. Terimah kasih untuk “UKM PFC” yang telah mengajarkan saya tentang menjaga persaudaraan antar umat manusia dan menghargai cara proses daripada hasil.
10. Terima kasih untuk wanita berjilbab di taman karena tanpamu motorku tak ada bensin nya, otak ku tak ada isinya & semangat ku tak ada artinya.



KATA PENGANTAR

Puji syukur saya sampaikan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan taufiq dan hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan sebagai salah satu syarat penyelesaian Program Pendidikan Strata Satu Manajemen, dengan judul “Pengaruh Periklanan, Kesadaran Merek Serta Harga Terhadap Niat Beli Produk TOP *White Coffee* Di Surabaya”.

Penyelesaian skripsi ini kiranya tidak akan berjalan lancar bila tanpa bantuan maupun dukungan dari berbagai pihak baik secara material maupun spiritual. Untuk itu dalam tujuan ini penyusun ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya Kepada Yth ;

1. Bapak Dr. Lutfi, S.E., M.Fin. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
2. Bapak Dr. Drs. Nadjib Usman, MM. selaku Dosen Pembimbing yang dengan sabar memberikan pengarahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Ibu Dr. Muazaroh, S.E., M.T selaku Ketua Program Studi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
4. Bapak Bagus Suminar, SE., S. Psi., MM. selaku Dosen Wali yang dengan sabar memberikan pengarahan dan bimbingan.
5. Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang dengan ikhlas memberikan ilmu selama proses pembelajaran dan memberikan berbagai saran.

6. Kedua Orang Tua dan Keluarga besar saya terima kasih tak terhingga karena selalu mendoakan, memberikan dukungan moril maupun materil.
7. Seluruh rekan mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang telah memberikan dukungan serta saran dalam skripsi ini.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penyusun berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dalam menambah wawasan, khususnya di bidang Manajemen Pemasaran.

Surabaya, April 2017

Penyusun

Ahmat Sony



DAFTAR ISI

HALAMAM JUDUL	i
PERSETUJUAN SIAP DIUJI	ii
PERNYATAAN LULUS UJIAN	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
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 Skripsi.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	16
2.3 Kerangka Pemikiran	28
2.4 Hipotesis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Rancangan Penelitian	30
3.2 Batasan Penelitian	31
3.3 Identifikasi Variabel.....	31
3.4 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel	32
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	36
3.6 Instrumen Penelitian.....	38
3.7 Data Dan Metode Pengumpulan Data.....	40
3.8 Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	41
3.9 Teknik Analisis Data.....	41
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....	49
4.1 Gambaran Subyek Penelitian	49
4.2 Analisis Data	53
4.3 Pembahasan	68
BAB V PENUTUP.....	73
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Keterbatasan Penelitian	74
5.3 Saran.....	74
DAFTAR RUJUKAN	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

TABEL 1.1 Perbandingan Harga Antara Produk TOP White Coffee Dengan Produk White Coffee Lainnya.....	2
TABEL 1.2 Top Brand Image.....	4
TABEL 2.1 Perbandingan Penelitian Saat Ini Dengan Penelitian Terdahulu.....	15
TABEL 3.1 Kategori Mean Variabel Bebas Dan Terikat	36
TABEL 3.2 Kisi-Kisi Kuisisioner	39
TABEL 3.3 Uji Durbin Watson	45
TABEL 4.1 Hasil Uji Validitas.....	54
TABEL 4.2 Hasil Uji Reliabilitas	55
TABEL 4.3 Tanggapan Responden Terhadap Periklanan	56
TABEL 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Kesadaran Merek	57
TABEL 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Harga	58
TABEL 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Niat Beli.....	59
TABEL 4.7 Hasil Uji Normalitas.....	60
TABEL 4.8 Hasil Uji Multikolineritas	61
TABEL 4.9 Hasil Autokorelasi.....	62
TABEL 4.10 Durbin Watson Test Bond.....	62
TABEL 4.11 Koefisien Determinasi (R^2).....	63
TABEL 4.12 Uji f	64
TABEL 4.13 Uji t.....	65

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1 Kerangka Pemikiran Syed Saad Hussain Shah <i>et al</i>	11
GAMBAR 2.2 Kerangka Pemikiran Ying-Fang Huang, Hoang Sa Dang	14
GAMBAR 2.3 Kerangka Pemikiran Peneliti Sekarang	28
GAMBAR 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
GAMBAR 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	51
GAMBAR 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status/Pekerjaan	52
GAMBAR 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	53
GAMBAR 4.5 Hasil Uji Heteroskastisitas	62



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Tabulasi Data Sampel
- Lampiran 3 : Kriteria Responden Berdasarkan Karakteristik
- Lampiran 4 : Uji Validitas Dan Reliabilitas Sampel
- Lampiran 5 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian
- Lampiran 6 : Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 7 : Hasil Output SPSS Regresi Linier Berganda



**EFFECT OF ADVERTISING, BRAND AWARENESS, AND PRICE ON
INTENTION TO BUY PRODUCTS TOP WHITE COFFEE
IN SURABAYA**

Ahmat Sony
STIE Perbanas Surabaya
Email: Sony.achmad15@gmail.com
Jl. Demak No 22, kec. Bubutan Surabaya

ABSTRACT

The purpose of this study to determine the cause of lack of strong sales of products TOP white coffee. This study aims to determine whether advertising, brand awareness, price has a significant influence on purchase intention. Data collection methods used in this study is a questionnaire that will be directly distributed to 100 respondents in Surabaya. Data analysis technique in this research is descriptive analysis, multiple linear regression analysis, F test and t test. Criteria sample in this study is a minimum age of 19 years, knows the ad TOP white Coffee, aware of the product TOP white coffee, and the price is within easy reach and never buy products TOP white coffee in Surabaya. The results of this study are advertising, brand awareness and price have a significant positive influence on purchase intent simultaneously TOP white coffee products. There is one significant variables that are not positive. Where as advertising is a significant variable is the awareness of brand and price.

Keywords: advertising, brand awareness, price, purchase intention, TOP white coffee

**PENGARUH PERIKLANNAN, KESADARAN MEREK, DAN HARGA, TERHADAP NIAT BELI
PRODUK TOP WHITE COFFEE DI SURABAYA**

Ahmat Sony

STIE Perbanas Surabaya

Email: Sony.achmad15@gmail.com

Jl. Demak No 22, kec. Bubutan Surabaya

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui penyebab kurangnya penjualan yang kuat dari produk TOP White Coffee. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Iklan, Kesadaran Merek, Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Niat Beli. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang akan dibagikan langsung kepada 100 responden di Surabaya. Teknik analisa data dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, analisis regresi linier berganda, uji F dan uji t. Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah usia minimal 19 tahun, tahu iklan TOP White Coffee, menyadari produk TOP White Coffee, dan harga yang mudah dijangkau dan jarang sekali konsumen tertarik untuk membeli produk TOP White Coffee di Surabaya. Hasil dari penelitian ini adalah iklan, brand awareness dan harga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat pembelian secara bersamaan TOP produk white coffee. Sedangkan Ada satu variabel yang signifikan yang tidak positif adalah iklan. Variabel yang signifikan adalah kesadaran merek dan harga.

Keywords: Periklanan, Kesadaran Merek, Harga, Niat Beli, TOP White Coffee