

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, KESADARAN
MEREK, PENGALAMAN MEREK TERHADAP
NIAT BELI SEPATU FUTSAL ADIDAS
DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian

Program Pendidikan Sarjana

Jurusan Manajemen



Oleh :

Sugianto Wijaya Putra

2011210528

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

2016

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, KESADARAN
MEREK, PENGALAMAN MEREK TERHADAP
NIAT BELI SEPATU FUTSAL ADIDAS
DI SURABAYA**

Diajukan oleh :

SUGIANTO WIJAYA PUTRA

NIM : 2011210528

Skripsi ini telah dibimbing dan
dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,
Tanggal 16 Februari 2016

(Drs. Irawan, M.M.)

SKRIPSI

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, KESADARAN
MEREK, PENGALAMAN MEREK TERHADAP
NIAT BELI SEPATU FUTSAL ADIDAS
DI SURABAYA**

Disusun oleh

SUGIANTO WIJAYA PUTRA

NIM : 2011210528

Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal 25 Februari 2016

Tim Penguji

Ketua

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

.....

Sekretaris

: Drs. Irawan, M.M.

.....

Anggota

: Drs.Ec. Herizon, M.si

.....

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Sugianto Wijaya Putra
Tempat, Tanggal Lahir : Gresik, 26 Maret 1994
N.I.M : 2011210528
Jurusan : Manajemen
Progran Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Kepercayaan Merek, Kesadaran
Merek Serta Pengalaman Merek Terhadap
Niat Beli Sepatu Futsal Di Surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Sarjana Manajemen,

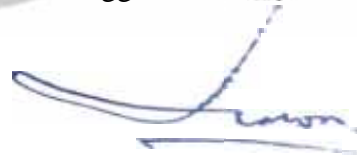
Tanggal : 3 Mei 2016



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

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 28 April 2016



(Drs. Irawan, M.M.)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Motto

**“ HANYA SAAT MENJADI PENDENGAR, KITA
MENDAPATKAN DAN BELAJAR IDE – IDE BARU
YANG BERBEDA DARI ORANG LAIN “**

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

1. Teruntuk Ayah dan Ibu tercinta serta adik, terima kasih atas semua doa dan dukungan yang telah diberikan.
2. Bapak Irawan, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dengan sabar mulai awal sampai akhir penyelesaian skripsi ini.
3. Semua dosen S1 Manajemen Pemasaran : Pak Basuki, Pak Irawan, Pak Soni, Ibu Tatik, Pak Ronny, dan Pak Harry. Terima kasih atas ilmu yang diberikan, semoga bermanfaat.
4. Untuk keluarga CKM Adin “Mas Ganteng”, Arap, Adi “Klowor”, Ardy “Boncu”, Alan, Achrizal “Bom-Bom”, Apgan, Alfianto “Nyak”, Andi Fuad “Kacong”, Dudung, Danang, Fath “Babi”, Hermas “Tom”, Hamdan, Nana, Bang Batak, Soni, Sadam, Yunan, Yogi “Kembon”, Widji “Ndan Sek”,

Yusmar, Yasser “Pandejo” Cak Mail, Cak Salam, serta Cak Sukro yang selalu menghibur disaat pengerjaan skripsi dan terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan selama masa perkuliahan.

5. Untuk Sahabat Balveer Iqbal Didid, Gagas, Sholeh, Hendri, Firdi, Jimbe terima kasih atas kesenangan kalian.
6. ISIS 2011 (Ingat Skripsi Ingat Skripsi) Ajeng, Angga, Erwin, Fauzy, Fariz, Ical, Ingrid Vio, Tassa, Tengku, Hamdan Serta Aldy Rachmatya tanpa kalian skripsi ini hanyalah kumpulan kertas.
7. Teman-teman angkatan 2011 yang sudah memberi dukungan dan doanya.
8. Para responden, yang telah bersedia mengisi kuesioner penelitian ini.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik, hidayah dan inayahnya, melalui ilmu-Nya yang Maha Luas dan tak terkira sehingga peneliti mampu menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kepercayaan Merek, Kesadaran Merek, Pengalaman Merek Terhadap Niat Beli Sepatu Futsal Adidas Di Surabaya”**, dengan tepat waktu. Shalawat serta salam juga peneliti panjatkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, karena beliau telah membimbing umat manusia menuju jalan yang terang dan di Ridho’I Allah SWT.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Studi Strata Satu Jurusan Manajemen Pemasaran Di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya. Selama penulis melakukan penyusunan skripsi ini banyak kendala dan kesulitan yang seringkali menghambat penulis dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah memberikan segala bantuannya demi terselesaikan skripsi ini, antara lain:

1. Bapak Drs. Irawan, MM. selaku Dosen Pembimbing yang dengan sabar memberikan pengarahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan

2. Ibu Dr. Muazaroh, S.E., M.T selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya
3. Bapak Lutfi, S.E., M.Fin. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya
4. Ibu Dra, Ec. Sri Lestari Kurniawati, M.S. selaku Dosen Wali yang dengan sabar memberikan pengarahannya 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 saya terima kasih 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.

Dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun peneliti harapkan agar dapat melahirkan berbagai inovasi dan inspirasi kepada orang lain serta dapat memberikan kontribusi positif yang jauh lebih baik dari peneliti. Harapan peneliti semoga skripsi ini nantinya bisa bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan, berkepentingan, dan dapat menambah wawasan bagi para pembaca serta peneliti selanjutnya.

Surabaya, Maret 2016

Penyusun

DAFTAR ISI

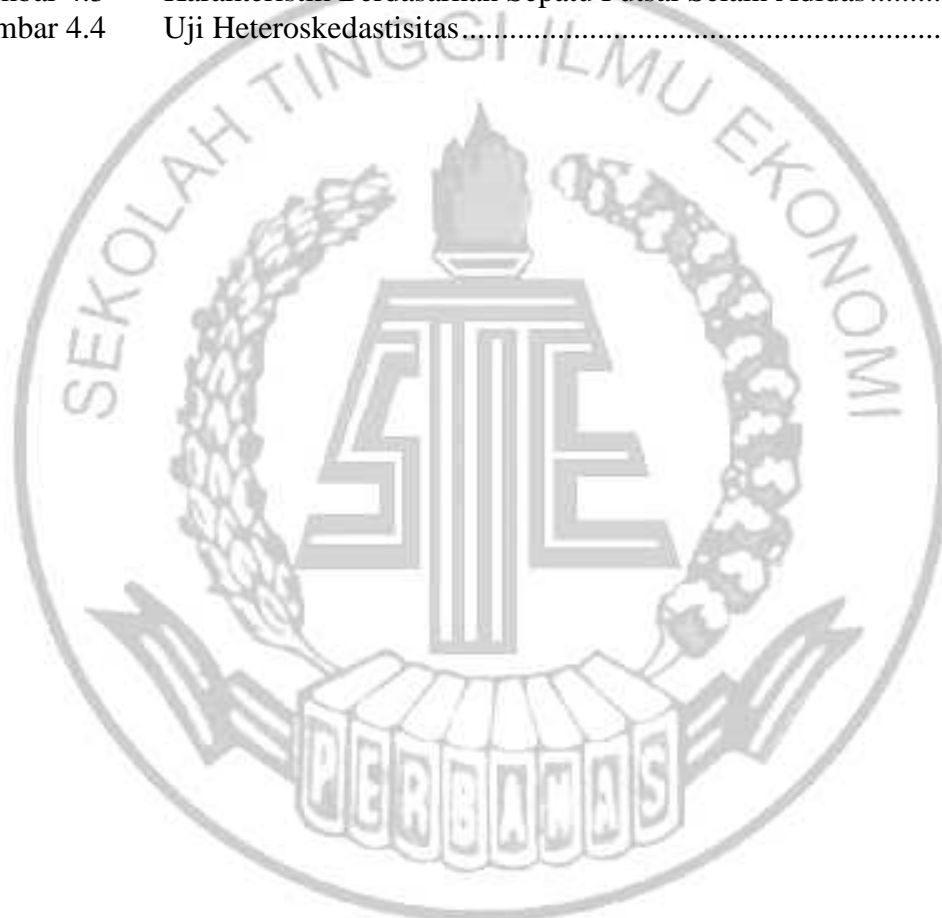
	Halaman
HALAMAM JUDUL	i
PERSETUJUAN SIAP DIUJI	ii
PERNYATAAN LULUS UJIAN	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAKSI	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori	15
2.3 Kerangka Pemikiran	33
2.4 Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Rancangan Penelitian	35
3.2 Batasan Penelitian	35
3.3 Identifikasi Variabel	36
3.4 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel	36
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	40
3.6 Instrumen Penelitian	42
3.7 Data Dan Metode Pengumpulan Data	43
3.8 Uji Validitas Dan Reabilitas Instrument Penelitian	46
3.9 Teknik Analisis Data	50
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	53
4.1 Gambaran Subyek Penelitian	53
4.2 Analisis Data	56
BAB V PENUTUP	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Keterbatasa Penelitian	79
5.3 Saran	79
DAFTAR RUJUKAN	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1	Top Brand Image 4
Tabel 2.1	Perbandingan Penelitian Saat ini dengan Penelitian Terdahulu 14
Tabel 3.1	Kategori Mean Variabel Bebas dan Terikat 40
Tabel 3.2	Kisi-Kisi Kuesioner 42
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas 57
Tabel 4.2	Hasil Uji Reliabilitas 58
Tabel 4.3	Kategori Mean Variabel Bebas Dan Terikat 59
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Terhadap Kepercayaan Merek 59
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Terhadap Kesadaran Merek 60
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Terhadap Pengalaman Merek 61
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Terhadap Niat Beli 61
Tabel 4.8	Hasil Uji Normalitas 62
Tabel 4.9	Hasil Uji Multikolinieritas 63
Tabel 4.10	Hasil Autokorelasi 64
Tabel 4.11	Durbin Watson Test Bond 65
Tabel 4.12	Koefisien Regresi Linier Berganda 66
Tabel 4.13	Koefisien Determinasi (R^2) 68
Tabel 4.14	Koefisien Korelasi Dan Determinasi Parsial 69
Tabel 4.15	Hasil Perhitungan Uji Simultan (Uji f) Anova 70
Tabel 4.16	Hasil Perhitungan Uji t 71

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1	Muhammad Yasin dan Amjad Shamim (2013) 11
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran Hsin Kuang Chi, Huery Ren Yeh, Ya Ting Yang 12
Gambar 2.3	Kerangka Pemikiran 33
Gambar 4.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin 54
Gambar 4.2	Karakteristik Berdasarkan Usia 55
Gambar 4.3	Karakteristik Berdasarkan Sepatu Futsal Selain Adidas 55
Gambar 4.4	Uji Heteroskedastisitas 65



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Data Responden
- Lampiran 3 : Karakteristik Responden
- Lampiran 4 : Uji Validitas Dan Reliabilitas
- Lampiran 5 : Analisis Deskriptive
- Lampiran 6 : Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 7 : Uji Regresi



**The Impact Of Brand Trust, Brand Awareness, Brand Experience, On Purchase
Intention Futsal Shoes Adidas In Surabaya**

Sugianto Wijaya Putra

STIE Perbanas Surabaya

Email: SugiantoWp@gmail.com

Jl. Semolowaru Utara 1 20, kec. Sukolilo Surabaya

ABSTRACT

The purpose of this study to determine the cause of the decline in sales of brand Adidas futsal shoes. This study aims to determine whether the brand trust, brand awareness and brand experience to have significant effect on purchase intention.

Data collection methods used in this study was a questionnaire which will be directly distributed to the respondents. Data analysis technique in this research is descriptive analysis, multiple linear regression analysis, F test and t test. Sample criteria in this study is a minimum age of 19 years, know the Adidas brand futsal shoes, indoor soccer shoes for a long time using 1 (one) years, purchased at official outlets Adidas and resides in Surabaya.

The result of this study are brand trust, brand awareness and brand experience have a significant effect simultaneously to purchase intention Adidas futsal shoes. There are two variables that are not significant. Is the brand awareness and brand experience. Variable significant is brand trust

Keywords: brand trust, brand awareness, brand experience, purchase intentions, futsal shoes