

**PENGARUH BINTANG IKLAN, CITRA MEREK, DAN
KESADARAN MEREK TERHADAP NIAT BELI MOTOR
HONDA VARIO DI PASURUAN**

SKRIPSI

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



Oleh :

TRI SUMARDIANTONO
2010210257

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2017**

**PENGARUH BINTANG IKLAN, CITRA MEREK, DAN
KESADARAN MEREK TERHADAP NIAT BELI MOTOR
HONDA VARIO DI PASURUAN**

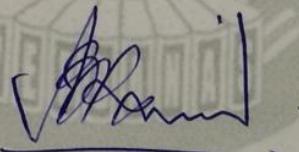
Diajukan oleh :
TRI SUMARDIANTONO

2010210257

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,
Tanggal : 7 - 12 - 2017



Dr. Basuki Rachmat, SE.,MM

SKRIPSI

PENGARUH BINTANG IKLAN, CITRA MEREK, DAN
KESADARAN MEREK TERHADAP NIAT BELI MOTOR
HONDA VARIO DI PASURUAN

Disusun oleh :

TRI SUMARDIANTONO

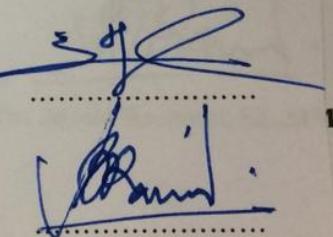
2010210257

dan
onda

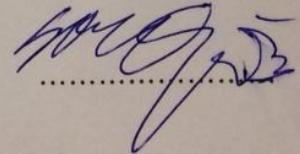
Dipertahankan di depan Tim Penguji
Dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
Pada tanggal 07 Desember 2017

Tim Penguji

Ketua : Dr. Ronny, S.Kom.,M.Kom.,MH 1)



Sekretaris : Dr. Basuki Rachmat, SE., MM



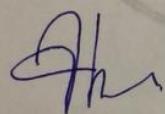
Anggota : Dr. Yudi Sutarso, SE., M.Si.

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Tri Sumardiantono
Tempat, Tanggal Lahir : Pasuruan , 12-Maret-1992
N.I.M : 2010210257
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata I
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Bintang Iklan, Citra Merek, dan Kesadaran Merek Terhadap Niat Beli Motor Honda Vario Di Pasuruan

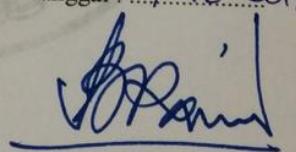
Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Sarjana Manajemen,
Tanggal : 7.12.2017



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

Dosen Pembimbing
Tanggal : 7.12.2017



(Dr. Basuki Rachmat, SE.,MM)

MOTTO

“IF YOU BELIEVE IN YOURSELF
ANYTHING IS POSSIBLE”

PERSEMPAHAN

*Puji syukur atas kehadiran Allah SWT dan nabi Muhammad SAW karena berkat rahmat dan karuni-Nya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.

*Terima kasih untuk kedua orang tua saya dan kedua kakak saya yang selalu mendukung, memberi motivasi agar selalu optimis dan pantang menyerah.

*Untuk dosen pembibing saya yang telah memberikan banyak pengetahuan motivasi dan dukungan, semoga terus diberikan kesehatan oleh Tuhan YME *Untuk teman saya, teman dekat saya yang sudah memberikan semangat dan dukungan hingga menyelesaikan skripsi ini

*Untuk semua pihak yang tidak disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan berupa dukungan semangat dan doa hingga menyelesaikan skripsi ini

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga saya Tri Sumardiantono dapat menyelesaikan tugas pembuatan laporan penelitian dalam memenuhi persyaratan penyelesaian program pendidikan strata satu manajemen. Tak lupa penulis juga mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing dalam penyusunan penelitian ini Dr. Basuki Rachmat, SE.,MM, dukungan orang tua, dan rekan-rekan yang turut membantu memberikan saran dalam penyusunan laporan penelitian ini.

Dalam skripsi ini penulis menyusun penelitian dengan judul “Pengaruh Bintang Iklan, Citra Merek, Dan Kesadaran Merek Terhadap Niat Beli Motor Honda Vario Di Pasuruan”. Penulis mengangkat masalah pemasaran yang terjadi pada produk motor Honda Vario di masyarakat Pasuruan dan membahas keterkaitan antara pengaruh Bintang Iklan terhadap Citra Merek dan Kesadaran Merek.

Tidak lupa pada penulisan skripsi ini, penulis juga menyampaikan ucapan banyak terima kasih kepada semua pihak yang mendukung dan membantu penulis selama menjalami perkuliahan dan menyelesaikan skripsi ini :

1. Bapak Lutfi, SE, M.Fin. selaku Rektor Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya

2. Ibu Dr. Muazaroh, SE, MT. selaku ketua Jurusan Strata 1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
3. Bapak Mochamad Nurhadi, S.Kom., M.M. selaku dosen wali yang telah memberikan banyak ilmu, nasehat, saran, dan pengalaman luar biasa selama saya kuliah.
4. Bapak Dr. Basuki Rachmat, SE.,MM selaku dosen pembimbing skripsi, yang telah memberikan banyak ilmu, nasehat, saran, hingga kebaikan yang dapat menjadikan sumber inspirasi dan membangun karakter penulis sehingga memotivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Dengan bimbingan dari bapak, penulis merasa bahwa proses bimbingan seperti dibimbing oleh seorang bapak penulis sendiri.
5. Prof. Dr. Dra. Psi. Tatik Suryani, M.M, selaku dosen penguji skripsi yang telah memberikan saran, bimbingan, serta dukungan sehingga penulis merasa terbantu dalam proses menyelesaikan skripsi.
6. Bapak Burhanudin, S.E., M.Si, selaku dosen penguji skripsi yang telah memberikan saran, bimbingan, serta dukungan sehingga penulis merasa terbantu dalam proses menyelesaikan skripsi.
7. Bapak Dr. Ronny, S.Kom., M.Kom.,MH, selaku dosen penguji skripsi yang telah memberikan saran, bimbingan, serta dukungan sehingga penulis merasa terbantu dalam proses menyelesaikan skripsi.
8. Bapak/Ibu Dosen Konsentrasi Pemasaran seluruhnya yang telah membantu penulis dalam memahami tentang teori, konsep, hingga praktik mengenai

marketing selama penulis belajar di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surabaya.

9. Seluruh dosen pengajar, karyawan akademik, keuangan, kemahasiswaan, karyawan perpustakaan dan pramubakti STIE Perbanas Surabaya.

Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per-satu yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan sumbangan berharga dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa hasil laporan penelitian ini jauh dari sempurna sehingga, saran dan kritik yang membangun untuk perbaikan penelitian selanjutnya sangat diharapkan.

Terima kasih atas perhatian yang diberikan dan apabila terdapat kesalahan atau penulisan kalimat yang kurang berkenan mohon dimaafkan.

Surabaya, 27 April 2017

Penulis,

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP UJI.....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRACT	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penulisan	5
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori.....	12
2.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Niat Beli	21
2.4 Pengaruh Kesadaran Merk Terhadap Niat Beli	21
2.5 Kerangka Pemikiran.....	22
2.6 Hipotesis Penelitian.....	23
 BAB III METODE PENELITIAN	 24
3.1 Rancangan Penelitian.....	24
3.2 Batasan Penelitian.....	24
3.3 Identifikasi Variabel.....	25
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	25
3.5 Pengukuran Variabel.....	27
3.6 Instrumen Penelitian.....	28
3.7 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	29
3.8 Data dan Metode Pengumpulan Data.....	31
3.9 Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	32
3.10 Teknik Analisa Data.....	34
 BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISA DATA	 38
4.1 Gambaran Subyek Penelitian	38
4.2 Análisis Data.....	42
4.3 Pembahasan.....	68

BAB V	PENUTUP	70
5.1	Kesimpulan	70
5.2	Keterbatasan Penelitian	70
5.3	Saran	71

**DAFTAR RUJUKAN
LAMPIRAN**



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan <i>Matic</i> Honda di Pasuruan Tahun 2016	2
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Saat Ini	11
Tabel 3.1 Kisi-kisi Kuisioner	28
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan dan Pekerjaan	42
Tabel 4.2 Interval Kategori Variabel	45
Tabel 4.3 Jawaban Responden Terhadap Penggunaan Selebritis Dalam Iklan (X_1)	43
Tabel 4.4 Jawaban Responden Terhadap Citra Merek (X_2)	47
Tabel 4.5 Jawaban Responden Terhadap Kesadaran Merek (X_3)	49
Tabel 4.6 Jawaban Responden Terhadap Niat Beli (Y)	50
Tabel 4.7 Uji Validitas	52
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Untuk Sampling	54
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas Coefficients (a)	56
Tabel 4.10 Uji Autokorelasi Model Summary (b)	57
Tabel 4.11 Hasil Analisa Regresi Linier Berganda	58
Tabel 4.12 Hasil Analisa Determinasi	60
Tabel 4.13 Analisa Uji F	62
Tabel 4.14 Analisa Uji t	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian Terdahulu 1	8
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Penelitian Terdahulu 2	9
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran Penelitian Terdahulu 3	10
Gambar 2.4 Kerangka Penelitian Saat Ini	22
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Data	55
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	57
Gambar 4.3 Kurva Distribusi Uji F	63
Gambar 4.4 Kurva Penerimaan Ho dan Hi Uji t Penggunaan Selebritis Dalam Iklan (X_1)	65
Gambar 4.5 Kurva Penerimaan Ho dan Hi Uji t Citra Merek (X_2)	66
Gambar 4.6 Kurva Penerimaan Ho dan Hi Uji t Kesadaran Merek (X_3)	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisioner penelitian

Lampiran 2 : Karakteristik Responden

Lampiran 3 : Pengguna Seleb Dalam Iklan (X1)

Lampiran 4 : Citra Merk (X2)

Lampiran 5 : Kesadaran Merk (X3)

Lampiran 6 : Niat Beli (Y)

Lampiran 7 : Hasil Output Regresi SPSS

Lampiran 8 : Tabel F (alfa : 5 %)

Lampiran 9 : Tabel t

Lampiran 10 : Tabel r

Lampiran 11 : Tabel z Distribusi Normal

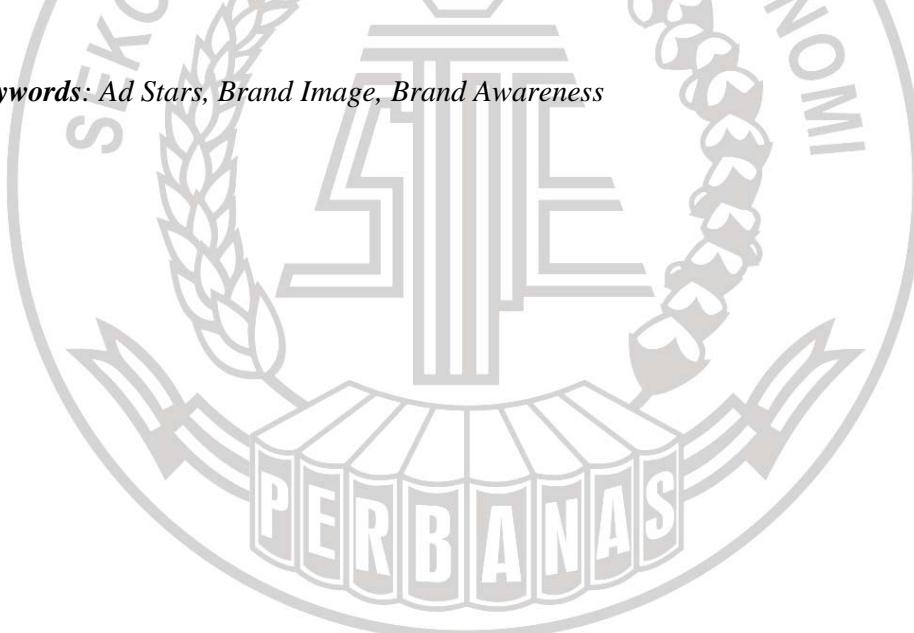
**EFFECT OF STAR ADVERTISING, BRAND IMAGE, AND BRAND AWARENESS
ON THE BUYER OF HONDA VARIO MOTORCYCLE IN PASURUAN**

Tri Sumardiantono
STIE PERBANAS SURABAYA
Email : trisumardiantono@gmail.com

ABSTRACT

This study examines the Influence of Advertising Stars, Brand Image, and Brand Awareness Against Intention to Buy Honda Vario Motor in Pasuruan. The purpose of this research is to know the direct and indirect correlation between the influence of advertisement star to brand image and brand awareness. The results show that the indirect effect on brand awareness is mediated by brand image. Honda Vario brand image is so strong that it can increase the value contained in the product. Companies must use variables and do different strategies so that their products become more desirable in the market.

Keywords: Ad Stars, Brand Image, Brand Awareness



PENGARUH BINTANG IKLAN, CITRA MEREK DAN KESADARAN MEREK TERHADAP NIAT BELI MOTOR HONDA VARIO DI PASURUAN

Tri Sumardiantono
STIE PERBANAS SURABAYA
Email : trisumardiantono@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini meneliti tentang Pengaruh Bintang Iklan, Citra Merek, Dan Kesadaran Merek Terhadap Niat Beli Motor Honda Vario Di Pasuruan . Tujuan penelitian ini untuk mengetahui hubungan langsung dan tidak langsung antara pengaruh bintang iklan terhadap citra merek dan kesadaran merek. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung terhadap kesadaran merek dimediasi oleh citra merek. Citra merek motor Honda Vario sangat kuat sehingga bisa meningkatkan nilai yang terkandung dalam produk. Perusahaan harus menggunakan variabel dan melakukan strategi yang berbeda sehingga produk mereka menjadi lebih diminati di pasaran.

Kata Kunci: Bintang Iklan, Citra Merek, kesadaran Merek