

**PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK, LOYALITAS
MEREK, CITRA MEREK, PERSEPSI KUALITAS, KEPUASAN PADA
DESAIN WEBSITE TERHADAP NIAT BELI ULANG PADA
PELANGGAN TOKOPEDIA DI SURABAYA**

SKRIPSI

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



Oleh :

FEBRIYAN NUGROHO

NIM : 2015210295

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2019**

**PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK, LOYALITAS
MEREK, CITRA MEREK, PERSEPSI KUALITAS, KEPUASAN PADA
DESAIN WEBSITE TERHADAP NIAT BELI ULANG PADA
PELANGGAN TOKOPEDIA DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Manajemen



Oleh:

FEBRIYAN NUGROHO
2015210295

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2019**

**PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK, LOYALITAS
MEREK, CITRA MEREK, PERSEPSI KUALITAS, KEPUASAN PADA
DESAIN WEBSITE TERHADAP NIAT BELI ULANG PADA
PELANGGAN TOKOPEDIA DI SURABAYA**

Diajukan Oleh:

FEBRIYAN NUGROHO

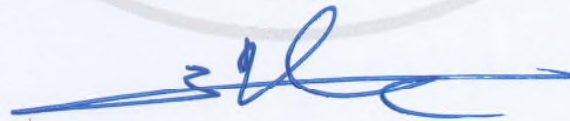
NIM : 2015210295

Skripsi ini telah dibimbing

Dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 26 Juli 2019



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

NIDN : 0730097103

SKRIPSI

PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK, LOYALITAS MEREK, CITRA MEREK, PERSEPSI KUALITAS, KEPUASAN PADA DESAIN WEBSITE TERHADAP NIAT BELI ULANG PADA PELANGGAN TOKOPEDIA DI SURABAYA

Disusun Oleh:

FEBRIYAN NUGROHO

NIM: 2015210295

Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal 13 Agustus 2019

Tim Penguji

Ketua : Dr. Soni Harsono., Drs., M.Si (.....)
NIDN : 0026116502

Sekretaris : Dr. Ronny, S.Kom, M.Kom, M.H (.....)
NIDN : 0730097103

Anggota : Dr. Drs. M. Nadjib Usman, MM. (.....)
NIDN : 0017115406

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : FEBRIYAN NUGROHO
Tempat, Tanggal Lahir : Mataram, 16 Februari 1997
N.I.M : 2015210295
Program Studi : SARJANA
Program Pendidikan : MANAJEMEN
Konsentrasi : PEMASARAN
Judul :
**PENGARUH EKUITAS MEREK, KEPUASAN PADA DESAIN WEBSITE,
PERSEPSI DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP NIAT PEMBELIAN
ONLINE PRODUK RUMAH TANGGA PADA PENGGUNA TOKOPEDIA**

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen

Dosen Pembimbing

Tanggal :

Tanggal :

Burhanudin, S.E, M.Si, Ph.D

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

NIDN : 0719047701

NIDN : 0730097103

MOTTO

“KEJARLAH KEUNGGULAN MAKA KESUKSESAN MENGHAMPIRIMU”

(Febriyan Nugroho)

PERSEMBAHAN

Karya tulis ini, saya persembahkan kepada ...

Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW, yang dengan ridho-Nya telah mengijinkan saya untuk menuntun ilmu lebih tinggi dan memberikan kesempatan dalam menyusun Skripsi di semester 8 ini sehingga bisa menyelesaikan studi ini dengan sangat tepat waktu.

Almarhumah ibu Rodiyah AB, yang semasa hidupnya tiada henti dan lelah untuk mendukung, menyayangi, dan membesarkanku serta mengajarkan berbagai hal hingga akhir hayatnya. .

Bapak Sasmito, terimakasih banyak telah mengajarkan, membimbing, dan membantu dalam penyusunan skripsi ini dari awal hingga selesai.

Ibu Triastuti, yang selalu menjadi orang yang mau mendengar segala keluh kesahku dalam penyusunan skripsi serta memberikan semangat dan dukungan dalam setiap prosesnya

Bapak Harry Widyantoro, terimakasih banyak atas arahan, masukan, nasihat, ilmu dan bimbingannya selama 8 semester ini di STIE Perbanas Surabaya. Semoga ikhlas mempunyai anak didik seperti saya.

Bapak Ronny, yang telah sabar dan memberikan arahan serta saran dalam proses bimbingan Skripsi.

Mbak Ocha, terima kasih banyak telah menjadi pemacu semangat agar penyusunan skripsi dan studi saya cepat selesai

Kantor Cabang Pemasaran Ajb Bumiputera Gubeng Dan Wonocolo, terima kasih banyak atas segala bentuk bantuan, saran, dan dukungan mulai dari awal hingga akhir penyusunan skripsi

Teman Istimewa, Windy ayu Puspita sari, kekasih dan orang yang selalu pertama kali menjadi pendukung, penyemangat. Selalu menjadi pendengar yang baik terhadap segala masalah yang aku hadapi apapun yang terjadi serta membantu mencari solusinya

Teman Superjuangan, Ryo dan Anzil. Terima kasih telah berjuang bersama

Teman terbaik, Arif, Ary, Bagus, Faiz, dan Hardianto. Terima kasih telah banyak membantu dan mendukung penyusunan skripsi ini

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan proposal skripsi yang berjudul “Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Loyalitas Merek, Citra Merek, Persepsi Kualitas, Kepuasan Pada Desain Website Terhadap Niat Beli Ulang Pada Pelanggan Tokopedia Di Surabaya”. Tidak lupa, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang sudah banyak membantu dalam proses pembuatan proposal skripsi ini. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat, kesehatan, karunia dan keberkahan di dunia dan di akhirat atas budi baik yang telah diberikan kepada penulis. Terima kasih diucapkan kepada:

1. Dr. Ronny, S.Kom, M.Kom, M.H selaku dosen pembimbing yang selalu membimbing penulisan proposal skripsi ini hingga selesai.
2. Bapak Dr. Yudi Sutarso S.E.,M.Si. selaku Ketua STIE Perbanas Surabaya
3. Burhanudin, SE., M.Si., Ph. D. selaku kepala program studi S1 Manajemen
4. Drs. Ec. Harry Widyantoro, M.Si. selaku dosen wali
5. Orang tua yang telah memberikan dorongan dan membantu saya menyelesaikan pembuatan skripsi ini dengan baik.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan memerlukan banyak pembenahan. Oleh karena itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi

Surabaya, Juli 2019

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN SIAP DI UJI.....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRACT.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Landasan Teori.....	15
2.3 Kerangka Pemikiran.....	26
2.4 Hipotesis Penelitian.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Rancangan Penelitian.....	28
3.2 Batasan Penelitian.....	28
3.3 Identifikasi Variabel.....	29
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran.....	29
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	35
3.6 Instrumen Penelitian.....	37
3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data.....	38
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	38
3.9 Teknik Analisis Data.....	39
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....	47
4.1 Gambaran Subyek Penelitian.....	47
4.2 Analisis Data.....	51
4.3 Pembahasan.....	73
BAB V PENUTUP.....	81
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	82
5.3 Saran.....	82
DAFTAR RUJUKAN	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Penduduk Surabaya	2
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1 Nilai Interval Class	35
Tabel 3.2 Kisi-Kisi Kuisioner	37
Tabel 3.3 Kriteria Durbin Watson	41
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Menurut Transaksi Pembelian	48
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	49
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Menurut Usia	50
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan	51
Tabel 4.5 Jawaban Responden Mengenai Kesadaran Merek (X1)	53
Tabel 4.6 Jawaban Responden Mengenai Asosiasi Merek (X2)	54
Tabel 4.7 Jawaban Responden Mengenai Loyalitas Merek (X3)	54
Tabel 4.8 Jawaban Responden Mengenai Citra Merek (X4)	55
Tabel 4.9 Jawaban Responden Mengenai Persepsi Kualitas (X5)	56
Tabel 4.10 Jawaban Responden Mengenai Kepuasan Desain Website (X6)	57
Tabel 4.11 Jawaban Responden Mengenai Niat Beli Ulang (Y)	58
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Validitas Sampel Kecil	59
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Validitas Sampel Besar	60
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Reliabilitas Sampel Kecil	62
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Reliabilitassampel Besar	63
Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas	64
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinearitas	65
Tabel 4.18 Hasil Uji Autokorelasi	66
Tabel 4.19 Hasil Uji Simultan (Uji F)	67
Tabel 4.20 Hasil Uji Parsial (Uji T)	68
Tabel 4.21 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	73

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 E-Commerce Yang Dikunjungi Tahun 2017	2
Gambar 1.2 E-Commerce Yang Dikunjungi Tahun 2018	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Nida Rubab <i>Et Al.</i> , 2018	9
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Pravenshi Pather 2017	10
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran Vera Verdilla 2017	12
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	26



DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1: Karakteristik Responden Menurut Transaksi Pembelian
- LAMPIRAN 2: Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin
- LAMPIRAN 3: Karakteristik Responden Menurut Usia
- LAMPIRAN 4: Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan
- LAMPIRAN 5: Jawaban Responden Mengenai Kesadaran Merek (X1)
- LAMPIRAN 6: Jawaban Responden Mengenai Asosiasi Merek (X2)
- LAMPIRAN 7: Jawaban Responden Mengenai Loyalitas Merek (X3)
- LAMPIRAN 8: Jawaban Responden Mengenai Citra Merek (X4)
- LAMPIRAN 9: Jawaban Responden Mengenai Persepsi Kualitas (X5)
- LAMPIRAN 10: Jawaban Responden Mengenai Kepuasan Desain Website (X6)
- LAMPIRAN 11: Jawaban Responden Mengenai Niat Beli Ulang (Y)
- LAMPIRAN 12: Hasil Pengujian Validitas Sampel Kecil
- LAMPIRAN 13: Hasil Pengujian Validitas Sampel Besar
- LAMPIRAN 14: Hasil Pengujian Realibilitas Sampel Kecil
- LAMPIRAN 15: Hasil Pengujian Realibilitas Sampel Besar
- LAMPIRAN 16: Hasil Uji Normalitas
- LAMPIRAN 17: Hasil Uji Multikolinearitas
- LAMPIRAN 18: Hasil Uji Autokorelasi
- LAMPIRAN 19: Hasil Uji Simultan (Uji F)
- LAMPIRAN 20: Hasil Uji Parsial (Uji t)
- LAMPIRAN 21: Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
- LAMPIRAN 22: Tabulasi Data dan Identitas Responden
- LAMPIRAN 23: Tabel Durbin Watson
- LAMPIRAN 24: Kuesioner Penelitain

THE EFFECT OF BRAND AWARENESS, BRAND ASSOCIATION, BRAND LOYALTY, BRAND IMAGE, PERCEIVED QUALITY, SATISFACTION OF WEBSITE DESIGN ON REPURCHASE INTENTION OF CUSTOMER TOKOPEDIA IN SURABAYA

FEBRIYAN NUGROHO

2015210295

STIE Perbanas Surabaya

2015210295@students.perbanas.ac.id

Jalan Nginden Semolo 34-36 Surabaya 60118, Indonesia

ABSTRACT

The ease of finding products and buying products provides an opportunity for the e-commerce industry to increase sales of its products. This study aims to determine the significance of the influence of Brand Awareness, Brand Association, Brand Loyalty, Brand Image, Quality Perception, Website Design Satisfaction over Intention to Repurchase Tokopedia customers in Surabaya. This study uses a questionnaire using a Likert scale. In this study, researchers used 110 respondents who were divided into small samples and large samples, evaluating reliability and validity to validate constructs and multiple linear regression to test hypotheses using SPSS version 23. The results of this study indicate that the variables Brand Awareness, Brand Association, Brand Loyalty, Brand Image, Perceived Quality, Satisfaction Website Design has a simultaneously significant positive effect on Repurchase Intention. While partially Brand Loyalty has a significant positive effect. For Brand Awareness, Brand Associations, Brand Image, Quality Perception, Website Design Satisfaction partially has no positive significant effect on Repurchase Intention.

Keywords: Brand Awareness, Brand Association, Brand Loyalty, Brand Image, Perceived Quality, Satisfaction Of Website Design, Repurchase Intention

PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK, LOYALITAS MEREK, CITRA MEREK, PERSEPSI KUALITAS, KEPUASAN PADA DESAIN WEBSITE TERHADAP NIAT BELI ULANG PADA PELANGGAN TOKOPEDIA DI SURABAYA

FEBRIYAN NUGROHO

2015210295

STIE Perbanas Surabaya

2015210295@students.perbanas.ac.id

Jalan Nginden Semolo 34-36 Surabaya 60118, Indonesia

ABSTRAK

Kemudahan mencari produk dan membeli prroduk memberikan peluang bagi industri *e-commerce* dalam meningkatkan penjualan produknya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui signifikansi pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Loyalitas Merek, Citra Merek, Persepsi Kualitas, Kepuasan Desain Website terhadap Niat Beli Ulang pelanggan Tokopedia di Surabaya. Penelitian ini menggunakan kuisioner dengan menggunakan skala likert. Dalam studi ini, peneliti menggunakan 110 responden yang di bagi ke dalam sampel kecil dan sampel besar, penilaian reliabilitas dan validitas dilakukan untuk memvalidasi konstruk dan regresi linier berganda yang dilakukan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perangkat lunak *SPSS versi 23*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Loyalitas Merek, Citra Merek, Persepsi Kualitas, Kepuasan Desain Website memiliki pengaruh signifikan positif secara simultan terhadap Niat Beli Ulang. Sedangkan secara parsial Loyalitas Merek berpengaruh signifikan positif. Untuk Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Citra Merek, Persepsi Kualitas, Kepuasan Desain Website secara parsial memiliki pengaruh tidak signifikan positif terhadap Niat Beli Ulang.

Kata Kunci : Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Loyalitas Merek, Citra Merek, Persepsi Kualitas, Kepuasan Desain Website Niat Beli Ulang.