

**PENGARUH KESADARAN MEREK, CITRA MEREK, LOYALITAS
MEREK, ASOSIASI MEREK, *BRAND ATTACHMENT*, DAN
PERSEPSI KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ULANG PRODUK CLEO
DI SURABAYA**

SKRIPSI

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



Oleh:

MIFTA ANDINI LARASATI
NIM: 2015210810

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2019**

**PENGARUH KESADARAN MEREK, CITRA MEREK, LOYALITAS
MEREK, ASOSIASI MEREK, *BRAND ATTACHMENT*, DAN
PERSEPSI KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ULANG PRODUK CLEO
DI SURABAYA**

SKRIPSI

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



Oleh:

MIFTA ANDINI LARASATI
NIM: 2015210810

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2019**

**PENGARUH KESADARAN MEREK, CITRA MEREK, LOYALITAS
MEREK, ASOSIASI MEREK, *BRAND ATTACHMENT*, DAN
PERSEPSI KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ULANG PRODUK CLEO
DI SURABAYA**

Diajukan Oleh :

MIFTA ANDINI LARASATI

NIM : 2015210810

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 28 Januari 2019


(Faizatul Hiqmah, S.Sos., M.M)

SKRIPSI

**PENGARUH KESADARAN MEREK, CITRA MEREK, LOYALITAS
MEREK, ASOSIASI MEREK, *BRAND ATTACHMENT*, DAN
PERSEPSI KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ULANG PRODUK CLEO
DI SURABAYA**

Disusun Oleh :

MIFTA ANDINI LARASATI

NIM : 2015210810

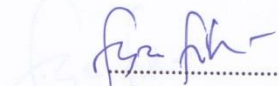
Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal 8 Februari 2019

Tim Penguji

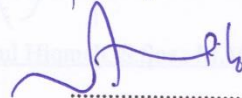
Ketua : (Dr. Ronny, S.Kom., M.Kom)



Sekretaris : (Faizatul Hiqmah, S.Sos., M.M)



Anggota : (Dra. Ec. Aniek Maschudah I, M.Si)



PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Mifta Andini Larasati
Tempat, Tanggal Lahir : Gresik, 14 Oktober 1997
NIM : 2015210810
Program Studi : Manajemen
Program Pendidikan : Sarjana
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : "Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek, Loyalitas Merek, Asosiasi Merek, *Brand Attachment*, dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Cleo di Surabaya"

Disetujui dan diterima baik oleh:

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen

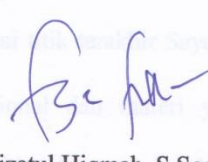
Tanggal:

Dosen Pembimbing

Tanggal:



(Burhanudin, SE., M.Si., Ph.D)



(Faizatul Hiqmah, S.Sos., M.M)

MOTTO

*Learning is a gift, even when pain is
your teacher ☺*

“I always wonder why birds stay in the same place when they can fly anywhere on the earth. Then I ask myself the same question.”- Harun Yahya

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah atas terselesaikannya skripsi ini, Alhamdulillah wa syukurillah Allah SWT telah memberikan kemudahan, petunjuk, serta menentramkan hati Saya yang gelisah sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Sholawat serta salam tetap tercurahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW yang telah mengajarkan kesabaran, sehingga ketika Saya merasa lelah, Saya tau apa yang harus dilakukan. Alhamdulillah!

Skripsi ini terselesaikan atas do'a luar biasa yang telah dipanjatkan oleh kedua orang tua hebat Saya, **Ibu Ante Fitri** dan **Bapak Kutlar**. Terima kasih telah mendo'akan Saya, sehingga Saya bisa mencapai titik terakhir Saya berdiri. Terima kasih telah memberikan dukungan emosional dan materi yang tak terbayarkan jumlahnya kepada Saya, sehingga Saya bisa dengan tulus dan ikhlas

menyelesaikan studi saya di STIE Perbanas Surabaya dengan baik. Alhamdulillah!

Terima kasih kepada saudara Saya satu-satunya, **Rania Akila Nawa Dillah** yang telah sudi meminjamkan laptopnya kepada Saya untuk mengerjakan skripsi (walaupun dengan berat hati dan kurangnya keikhlasan), semoga diterima di SMA yang diinginkan, Aamiin.

Terima kasih kepada calon masa depan Saya (In Syaa Allah) M. Alfian Syamsuddin yang telah membantu menyebarkan kuesioner, yang rela mendengarkan curhatan Saya mengenai skripsi, memberikan saya arahan, pandangan, serta gambaran tentang segala hal, dan telah memberikan dukungan berupa makanan. Alhamdulillah... Semoga lancar kerjanya, maaf sering marah-marah. Love you sayang!

Terima kasih kepada geng rumpik, wira-wiri, maha Asyique “Akhwat Shalihah” yang menemani Saya tiap semester. Sebenarnya Saya bosan, tapi kalian ngangenin. Hehehe... Terima kasih kepada Veni Asmarita, rekan pasar yang selalu bersama di kelas pemasaran, saingan percintaan dunia k-pop, tempat curhat, tempat ghibah dosen favorit, hehehe... semoga semester depan bisa menyusul ya.. aku dateng bawa buket Tata!. Terima kasih kepada Eva Rahmawati, yang selalu memberikan amunisi drama Korea dan rekan jalan kaki bareng, selamat atas kelulusannya... semoga mendapatkan pekerjaan sesuai dengan yang diharapkan. Amin! Terima kasih kepada Nadia Rofidah Laili, rekan sekampung... terima kasih atas tumpangan kosnya selama ini, maaf kalau bikin berantakan. Semoga mendapatkan pekerjaan sesuai dengan yang diinginkan, dan selamat juga atas

kelulusannya. Terima kasih kepada Alifatin Nur Azizah, rekan ghibah kita bersama... Semoga laris sosisnya, setelah ini gak bisa lagi pesen sosis. Huhuhu... semoga cepat sembuh apapun penyakitnya, semoga Allah sembuhkan, Aamiin! Selamat juga atas kelulusannya. Terima kasih kepada Iin Tri Wahyuni, rekan nunggu tanda tangan dosen, rekan ke perpustakaan, terimakasih tumpangan kosnya... semoga setelah ini mendapat pekerjaan yang diinginkan, agar bisa ngekos di kos-kosan yang luas dan besar kipasnya. Selamat atas kelulusannya! Terima kasih kepada kakakku tercinta, Rosida. Terima kasih telah 'ngemong' kami adik-adikmu yang sering kekanakan, maaf kalau kami nyebelin... terima kasih nasihat-nasihatnya, semoga berguna bagi kami. Selamat ya kak Ros, atas kelulusannya!

Terima kasih kepada Syifa'ul Hasanah a.k.a Sifak selaku konsultan percintaanku yang percintaannya sendiri juga (kadang) rumit, wkwkw... semangat kuliahnya! Semoga cepet nyusul dan dapat kerjaan yang diinginkan. Semoga bisa jadi PNS sesuai keinginan camer. Wkwkw... terima kasih mau mendengarkan curhatanku selama ini.

Terima kasih kepada Sholeh selaku rekan eyel-eyelan sejak SMA yang telah sudi menyebarkan kuesioner penelitianku meskipun dengan berat hati, semoga cepet nyusul juga... Pesan: jangan gonta-ganti pacar, sebagai netizen aku capek lihatnya >_< (PS: dia minta ditulis di halaman persembahan. Akhirnya, kutulis dengan berat hati, wkwkw)

Terima kasih kepada sahabat-sahabatku lainnya, Hamidatus Tsania yang saat ini mengerjakan skripsi semangat yaa! Semoga Allah memberikan kelancaran atas segala usahanya, untuk Siti Lukmanah yang adeknya ganteng sekali... selamat

atas kelulusannya, selamat atas cumlaude nya, semoga bisa jadi dokter yang amanah. Untuk Sinta Maria Nur Khulaili, semoga lancar usahanya. Untuk Putri Kurnia Rahma juga semoga lancar kerjanya, Aamiin.

Terima kasih kepada rekan seperjuanganku, Nurilla Damayanti, Amanda Tri Andani, Astry, dan Yosi. Terima kasih mau belajar bersama dan mengajari cara mengolah data penelitian. Untuk Nurilla selaku rekan sambat, partner riwa-riwi ke dosbing, rekan seperjuangan dan juga Amanda, selamat atas kelulusannya, semoga mendapatkan pekerjaan sesuai dengan yang diinginkan, aamiin.

Terima kasih kepada rekan-rekan ku lainnya: Sari Sekar Savitri, yang telah mengajari Saya SPSS mulai dari awal lagi. Meilinda Dentatama, jangan gonta ganti cem-cem an terus, semoga semester depan menyusul 😊

Terima kasih kepada rekan-rekan, adik-adik, dan mbak-mbak kosan tercinta. Maaf kalau selama belajar presentasi untuk sidang, Saya membuat istirahat kalian terganggu. Untuk Nia, Endah, dan Yuni, semangat skripsian yaa... lakukan yang terbaik hingga akhir. Untuk Novi, terimakasih telah nitipi makanan ketika Saya tidak sempat beli makan karena sibuk revisi. Semangat kuliahnya, semoga diberikan kelancaran sampai akhir. Untuk sepupuku, Ayu terima kasih sudah mau dititipi ibuk ku macem-macem, heheh. semangat juga kuliahnya. Semoga lancar sampai skripsi. Semoga kalian mendapat pekerjaan yang sesuai dengan kemampuan dan minat kalian, aamiin.

Terima kasih kepada respondenku semuanya, terima kasih telah mengisi kuesionerku dengan sukarela. Semoga Allah SWT melancarkan segala urusan kalian, Aamiin.

Terima kasih kepada semua orang yang telah membantu dan mendukung selama ini, untuk semua orang yang belum Saya sebutkan, Saya benar-benar berterima kasih. Semoga kebaikan yang kalian lakukan pada Saya nantinya akan mendapatkan balasan berupa kebaikan yang berlipat ganda dari Tuhan Yang Maha Esa. Aamiin yaa rabbal ‘alamiin.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wa rahmatullahi wa barakatuh. Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Rahmat serta nikmat, dan kelancaran atas terselesainya skripsi untuk memenuhi tugas akhir program strata satu manajemen pemasaran, yang berjudul : **“Pengaruh kesadaran merek, citra merek, loyalitas merek, asosiasi merek, brand attachment, dan persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian ulang produk Cleo di Surabaya”** ini, dengan sebaik-baiknya. Terima kasih yang sebesar-besarnya juga penulis haturkan kepada kedua orang tua yang senantiasa mendukung dan memberikan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini dengan tepat waktu, dan dengan sebaik-baiknya. Pada kesempatan ini, penulis juga mengucapkan terima kasih dengan penuh hormat kepada:

1. Faizatul Hiqmah S.Sos., M.M. selaku dosen pembimbing, yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing pengerjaan skripsi
2. Burhanuddin, S.E., M.Si., Ph.D, selaku ketua program studi S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya
3. Evi Sistiyaning Sari S.E, M.M. selaku dosen wali
4. Seluruh dosen STIE Perbanas Surabaya beserta seluruh civitas yang telah memberi dukungan, dan banyak pembelajaran yang sangat bermanfaat.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan penelitian ini.

Akhirkata, penulis mengucapkan banyak terima kasih atas perhatiannya.
Mohon maaf apabila ada kata atau kalimat yang kurang berkenan.
Wassalamu'alaikum wa rahmatullahi wa barakatuh.

Surabaya, 19 September 2018

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI.....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN AKHIR SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Teori.....	18
2.3 Kerangka Pemikiran.....	35
2.4 Hipotesis Penelitian.....	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Rancangan Penelitian.....	37
3.2 Batasan Penelitian.....	38
3.3 Identifikasi Variabel.....	38
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	38
3.5 Instrumen Penelitian.....	44
3.6 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	46
3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data.....	48
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	49
3.9 Teknik Analisis Data.....	50
BAB IV GAMBARAN SUBJEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....	54
4.1 Gambaran Subyek Penelitian.....	54
4.2 Hasil Analisis Data.....	64
4.3 Pembahasan.....	90
BAB V PENUTUP.....	101
5.1 Kesimpulan.....	101
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	104
5.3 Saran.....	104

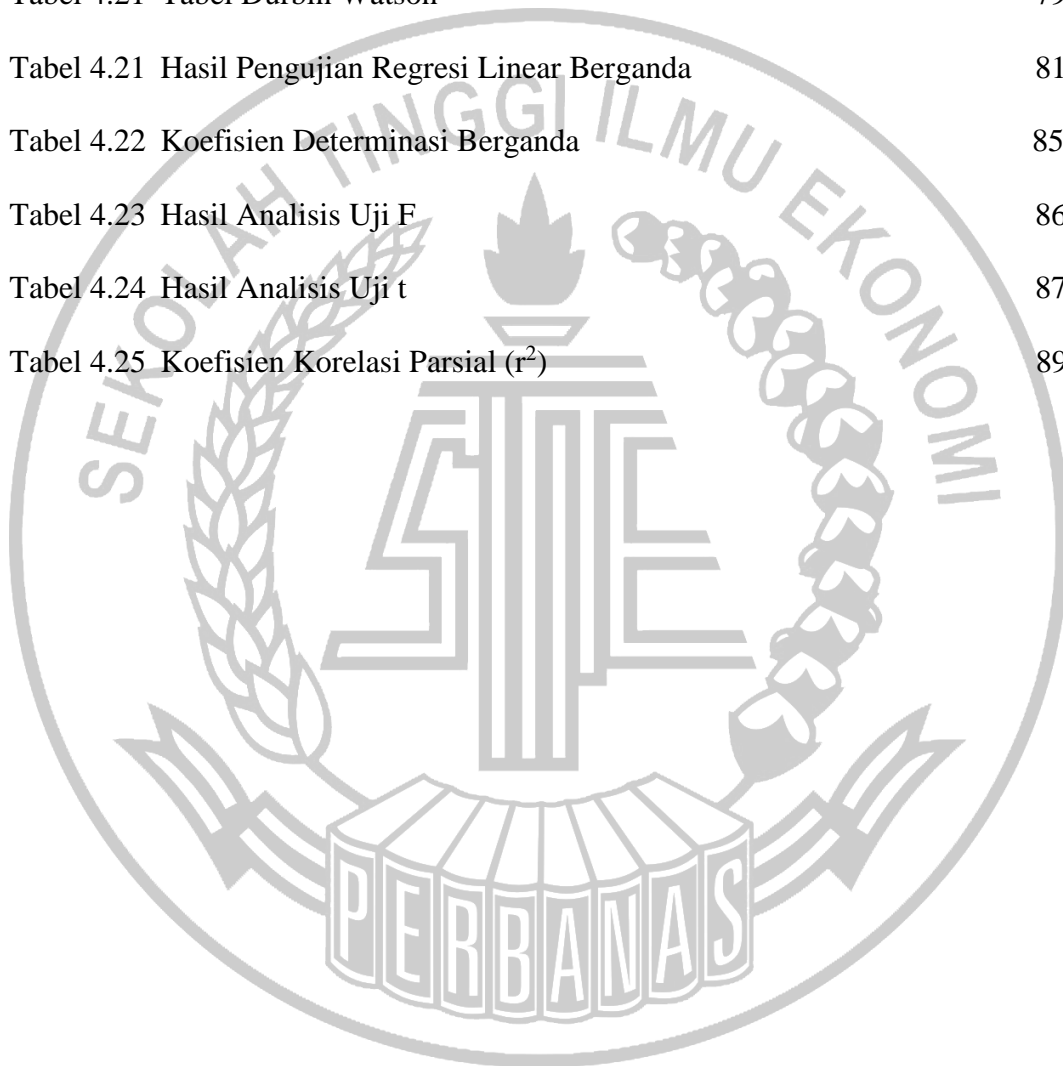
DAFTAR RUJUKAN
LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Top Brand Index (TBI) Air Minum Beroksigen Tahun 2014 – 2017	2
Tabel 2.1	Perbandingan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Sekarang	16
Tabel 3.1	Skala Likert	44
Tabel 3.2	Kisi-Kisi Kuesioner	44
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Sampel Kecil Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Sampel Kecil Berdasarkan Usia	56
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Sampel Kecil Berdasarkan Pekerjaan	57
Tabel 4.5	Hasil Pengujian Validitas Sampel Kecil	58
Tabel 4.6	Hasil Pengujian Reliabilitas Sampel Kecil	60
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	61
Tabel 4.8	Karakteristik Responden Menurut Usia	62
Tabel 4.9	Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan	63
Tabel 4.9	Kelas Interval	65
Tabel 4.10	Jawaban Responden Mengenai Variabel Kesadaran Merek (X1)	66
Tabel 4.11	Jawaban Responden Mengenai Variabel Citra Merek (X2)	67
Tabel 4.12	Jawaban Responden Mengenai Variabel Loyalitas Merek (X3)	68
Tabel 4.13	Jawaban Responden Mengenai Variabel Asosiasi Merek (X4)	69
Tabel 4.14	Jawaban Responden Mengenai Variabel <i>Brand Attachment</i> (X5)	70
Tabel 4.15	Jawaban Responden Mengenai Variabel Persepsi Kualitas (X6)	71
Tabel 4.16	Jawaban Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian Ulang (Y)	72

Tabel 4.17 Hasil Pengujian Validitas Sampel Besar	74
Tabel 4.18 Hasil Pengujian Reliabilitas Sampel Besar	76
Tabel 4.19 Hasil Uji Multikolinieritas Variabel Bebas	78
Tabel 4.20 Hasil Uji Autokorelasi	79
Tabel 4.21 Tabel Durbin Watson	79
Tabel 4.21 Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda	81
Tabel 4.22 Koefisien Determinasi Berganda	85
Tabel 4.23 Hasil Analisis Uji F	86
Tabel 4.24 Hasil Analisis Uji t	87
Tabel 4.25 Koefisien Korelasi Parsial (r^2)	89



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Penelitian Akhtar et al. (2016)	12
Gambar 2.2	Kerangka Penelitian Saeed et al (2013)	13
Gambar 2.3	Kerangka Penelitian Oladepo dan Abimbola (2015)	15
Gambar 2.4	Kerangka Pemikiran	35
Gambar 4.1	Hasil Uji Normalitas	77



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Tabulasi Data Responden
- Lampiran 3 : Hasil Uji Kriteria Responden
- Lampiran 4 : Hasil Uji Tanggapan Responden
- Lampiran 5 : Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas
- Lampiran 6 : Hasil Uji Asumsi Klasik



THE IMPACT OF BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE, BRAND LOYALTY, BRAND ASSOCIATION, BRAND ATTACHMENT, AND PERCEIVED QUALITY ON CONSUMERS' RE-PURCHASE DECISION OF CLEO PRODUCTS IN SURABAYA

Mifta Andini Larasati
STIE Perbanas Surabaya

Email: 2015210810@students.perbanas.ac.id

ABSTRACT

This research aims to analyze whether brand awareness, brand image, brand loyalty, brand association, brand attachment, and perceived quality have a partial or simultaneous influence on Cleo consumers' re-purchase decisions in Surabaya. The population of this research was the citizen of Surabaya who consumed Cleo and the samples used were 30 small samples and 120 large samples, aged from 19 years old. The method of data collection in this research uses primary data in the form of a questionnaire. Data is taken through the responses of respondents in each statement contained in the questionnaire. The analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis. The results of this research indicate that brand awareness, brand image, brand loyalty, brand association, brand attachment, and perceived quality are simultaneously having significant influence on consumers' decision to re-purchase Cleo products in Surabaya. Meanwhile, brand awareness, brand associations, and perceived quality are partially have no significant influence on consumer's re-purchase decision of Cleo product in Surabaya.

Keywords : Brand Awareness, Brand Image, Brand Loyalty, Brand Association, Brand Attachment, Perceived Quality, Consumers' Re-purchase Decision.

PENGARUH KESADARAN MEREK, CITRA MEREK, LOYALITAS MEREK, ASOSIASI MEREK, *BRAND ATTACHMENT*, DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PRODUK CLEO DI SURABAYA

Mifta Andini Larasati
STIE Perbanas Surabaya

Email: 2015210810@students.perbanas.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah kesadaran merek, citra merek, loyalitas merek, asosiasi merek, *brand attachment*, dan persepsi kualitas memiliki pengaruh secara parsial ataupun simultan pada keputusan pembelian ulang konsumen produk Cleo di Surabaya. Populasi penelitian ini adalah masyarakat kota Surabaya yang mengkonsumsi Cleo dan sampel yang digunakan adalah sebesar 30 sampel kecil dan 120 sampel besar, yang berusia mulai dari 19 tahun. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data primer berupa kuesioner. Data diambil melalui tanggapan responden pada setiap pernyataan yang ada pada kuesioner. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kesadaran merek, citra merek, loyalitas merek, asosiasi merek, *brand attachment*, dan persepsi kualitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ulang konsumen produk Cleo di Surabaya. Sementara itu, Kesadaran merek, asosiasi merek, dan persepsi kualitas secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ulang konsumen produk Cleo di Surabaya.

Kata Kunci: Kesadaran Merek, Citra Merek, Loyalitas Merek, Asosiasi Merek, Brand Attachment, Persepsi Kualitas, Keputusan Pembelian Ulang.