

**PENGARUH KESADARAN MEREK DAN KEPERCAYAAN
MEREK TERHADAP NIAT BELI PRODUK PEMBALUT
WANITA MEREK SOFTEX DI KECAMATAN TARIK
SIDOARJO**

SKRIPSI

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



Oleh :

Ryo Anugrah Pratama

NIM : 2010210528

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2015**

**PENGARUH KESADARAN MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK
TERHADAP NIAT BELI PRODUK PEMBALUT WANITA MEREK
SOFTEX DI KECAMATAN TARIK SIDOARJO**

Diajukan oleh :

RYO ANUGRAH PRATAMA

2010210528

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing
Tanggal : 19 Januari 2015


(Dr. Drs. Soni Harsono, M.Si)

SKRIPSI

PENGARUH KESADARAN MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP NIAT BELI PRODUK PEMBALUT WANITA MEREK SOFTEX DI KECAMATAN TARIK SIDOARJO

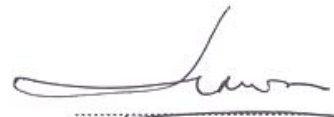
Disusun Oleh :

Ryo Anugrah Pratama

NIM :2010210528

Dipertahankan di depan Tim Penguji
Dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal 13 Februari 2015

Ketua : Drs. Irawan, MM



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



Anggota : Dra. Lindiawati, MM

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ryo Anugrah Pratama
Tempat, Tanggal Lahir : Balikpapan, 24 Nopember 1992
N.I.M : 2010210528
Jurusan : Manajemen
Pendidikan : Strata I
Konsentrasi : Pemasaran
Judul : Pengaruh Kesadaran Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Niat Beli Pembalut Wanita Merek Softex di Kecamatan Tarik Sidoarjo.

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Sarjana Manajemen
Tanggal : 27 April 2015



(Dr. Muazaroh, SE., MT.)

Dosen Pembimbing
Tanggal : 27 April 2015



(Dr. Drs. Soni Harsono, M.Si)

Motto dan Persembahan

"Dexterity comes by experience"

- ✚ *Terima kasih kepada Allah SWT.*
- ✚ *Nabi Muhammad SAW dan para sahabat.*
- ✚ *Mama Suryana yang jauh dimatanamundekat di hati.*
- ✚ *Kaka Aidan kaka Lina yang super, Eman juga.*
- ✚ *UBBS.*
- ✚ *Dosen pembimbing (Pak Soni) dan dosen penguji (Pak Irawan, Bu Lailadan Bu Lindi)*
- ✚ *Spesial terima kasih buat Ibu Lindi awati sebagai Dosen Wali yang allhamdulillah garuwetselamakuliah.*
- ✚ *Kharisma Studio.*
- ✚ *Teman susah Dimas, Opik dan Icang.*
- ✚ *Teman lumayan happy Opeg, Rama, Erwin, Tony, Firda Dkk.*
- ✚ *Teman senang-senang Magis, Reva, Kipli, Put, Yola, Valdy, Reona, Herwi, Vunyu, Sepat, Vetto.*
- ✚ *The Super Good Man, Fahmi.*
- ✚ *Buat yang sepejuangan juga, Dessy, Ngik, Boni, Vebby, Ersad dkk.*
- ✚ *Seluruh teman kampus, teman warung, teman semuanya yang gabisa disebut satu persatu.*
- ✚ *Seluruh civitas STIE Perbanas termasuk.*
- ✚ *Wes ojakakeh-akehngkukwatuk.*

KATA PENGANTAR

Allhamdulillah, puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan Hidayah yang sangat besar sehingga Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kesadaran Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Niat Beli pembalut wanita merek Softex di Kecamatan Tarik Sidoarjo” dapat terselesaikan tepat waktu.

Penyusunan skripsi ini dilakukan untuk memenuhi syarat untuk menyelesaikan studi strata satu jurusan manajemen pemasaran di sekolah tinggi ilmu ekonomi perbanas surabaya. Adapun keberhasilan pengerjaan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Lutfi, M.Fin., selaku ketua STIE Perbanas Surabaya.
2. Ibu Dr. Muazaroh, SE., MT., selaku ketua Program Studi Manajemen STIE Perbanas Surabaya.
3. Ibu Dra. Lindiawati, M.M., selaku dosen wali yang telah membimbing peneliti selama menempuh studi di STIE Perbanas Surabaya.
4. Bapak Dr. Drs. Soni Harsono, M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktu untuk memberi arahan dan pengetahuan dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Seluruh dosen STIE Perbanas Surabaya yang dengan sepenuh hati memberikan pengetahuan, ilmu dan pengalaman yang sangat berharga bagi peneliti selama menempuh proses perkuliahan di STIE Perbanas Surabaya.
6. Seluruh Civitas Akademika STIE Perbanas Surabaya.

7. Orang Tua, teman-teman, dan saudara yang telah memberikan dukungan moril, finansial dan doa yang selalu menyertai peneliti dalam mengerjakan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.

Akhirnya, peneliti berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk semua pihak. peneliti merasa masih banyak kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini, oleh sebab itu peneliti berharap adanya kritik-kritik dan masukan yang positif sehingga dapat diperbaiki dalam penelitian selanjutnya.

Surabaya, 13 Februari 2015

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori.....	17
2.3 Kerangka Pemikiran	23
2.4 Hipotesis Penelitian	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Rancangan Penelitian.....	25
3.2 Batasan Penelitian	26
3.3 Identifikasi Variabel	26
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	27
3.5 Instrumen Penelitian	29
3.6 Populasi, Sampel, Dan Teknik Pengambilan Sampel.....	31
3.7 Data Dan Metode Pengumpulan Data	33
3.8 Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	34
3.9 Teknik Analisis Data	38
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA ..	41
4.1 Gambaran Subyek Penelitian	41
4.2 Analisis Data	44
4.3 Pembahasan.....	60
BAB V PENUTUP.....	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	64
5.3 Saran	65
DAFTAR RUJUKAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. : Top Brand Index Industri Pembalut Wanita 2012-2014	5
Tabel 2.1 : Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang	16
Tabel 3.1 : Kategori <i>Mean</i> Variabel Bebas dan Tergantung	29
Tabel 3.2 : Kisi-kisi Kuesioner	30
Tabel 4.1 : Karakteristik Responden	42
Tabel 4.2 : Kategori <i>Mean</i> Variabel Bebas dan Tergantung	44
Tabel 4.3 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kesadaran Merek	45
Tabel 4.4 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan Merek	46
Tabel 4.5 : Tanggapan Responden Terhadap Niat Beli	47
Tabel 4.6 : Uji Multikolinearitas	49
Tabel 4.7 : Ketentuan Metode Durbin Watson	50
Tabel 4.8 : Ketentuan Metode Durbin Watson dalam Penelitian	50
Tabel 4.9 : Hasil Uji Autokolinearitas	51
Tabel 4.10 : Hasil Pengujian Validitas	53
Tabel 4.11 : Hasil Pengujian Reliabilitas	54
Tabel 4.12 : Koefisien Regresi Linear Berganda	55
Tabel 4.13 : Koefisien Determinasi Simultan	57
Tabel 4.14 : Hasil Analisis Uji Simultan	58
Tabel 4.15 : Ringkasan Hasil Uji t dan Koefisien Determinasi Parsial	59

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 : Grafik Top Brand Index 2003-2011	4
Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran	11
Gambar 2.2 : Kerangka Pemikiran	13
Gambar 2.3 : Kerangka Pemikiran	14
Gambar 2.4 : Tingkatan Kesadaran Merek	18
Gambar 2.5 : Kerangka Pemikiran	23
Gambar 4.1 : Hasil Uji Normalitas	48
Gambar 4.2 : Hasil Uji Heteroskedastisitas	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisoner

Lampiran 2 : Tabulasi Data

Lampiran 3 : Data Responden

Lampiran 4 : Uji Validitas Dan Reliabilitas Sampel Besar

Lampiran 5 : Hasil Output Regresi SPSS

Lampiran 6 : Tanggapan dan Karakteristik Responden

Lampiran 7 : Uji Asumsi Klasik

**PENGARUH KESADARAN MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK
TERHADAP NIAT BELI PRODUK PEMBALUT WANITA MEREK
SOFTEX DI KECAMATAN TARIK SIDOARJO**

Ryo anugrah pratama

STIE Perbanas Surabaya

Email : 2010210528@students.perbanas.ac.id

Jl. Nginden Semolo 34-36 Surabaya

ABSTRACT

The purposes of the study are to explore the effects of brand awareness and brand trust on purchase intention. The samples are collected from sanitary pad softex users living in tarik-sidoarjo, and the research adopts regression analysis to examine the hypotheses. 80 Questionnaire data were examined by using SPSS 20.00 for windows. The results are: (1) the effect of brand awareness on purchase intention aren't significant but positive effect. (2) brand trust has a significant positive effect on purchase intention. (3) the effect of brand awareness and brand trust on purchase intention are significant and have positive effect as simultaneous. In instrument reseach was found that the customer can't tell the different quickly about softex with another brand. The study suggests that the company of softex ought to correct a brand information and make the different display of product. Brand awareness will help customers to make purchase intention quickly when they are familier with brand and in this research brand awareness aren't had a significant effect because experts said that to make a purchase desicion the ability of product is the main reason to considering buying a product. when brand trust is high, purchase intention will also increase because consumers will evaluate the fungsional of a product from their purchase experiance. As a result, purchase intention will increase.

Keywords: Brand Awareness, Brand Trust, Purchase Intention