

KOLABORASI RISET
DOSEN DAN MAHASISWA

**PENGARUH CITRA MEREK, SIKAP MEREK, PREFERENSI MEREK
TERHADAP NIAT BELI PRODUK TEH PUCUK HARUM
DI SURABAYA**

SKRIPSI

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



Oleh :

EMILIA AGUSTIN

NIM : 2013210481

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA**

2017

**PENGARUH CITRA MEREK, SIKAP MEREK, PREFENSI MEREK
TERHADAP NIAT BELI PRODUK TEH PUCUK HARUM
DISURABAYA**

Diajukan oleh :

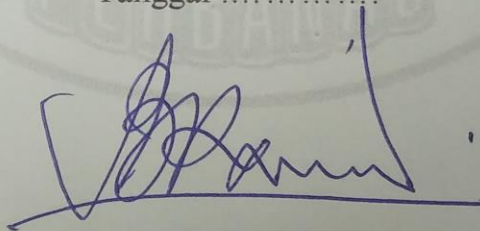
EMILIA AGUSTIN

2013210481

Skripsi ini telah dibimbing
Dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 29 September 2017



(Dr. Basuki Rachmat, SE., MM)

S K R I P S I

**PENGARUH CITRA MEREK, SIKAP MEREK, PREFENSI MEREK
TERHADAP NIAT BELI PRODUK TEH PUCUK HARUM
DISURABAYA**

Disusun oleh

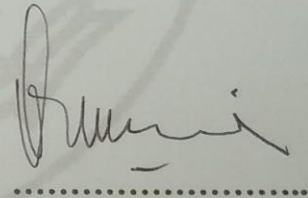
EMILIA AGUSTIN

2013210481

Dipertahankan di depan Tim Penguji
Dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
Pada tanggal 25 Agustus 2017

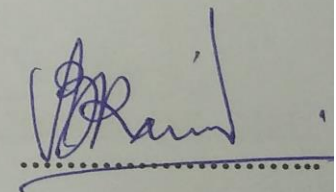
Tim Penguji

Ketua : (Dra. Lindiawati, M.M.)



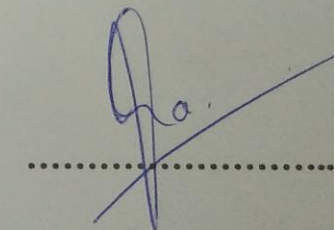
.....

Sekretaris : (Dr. Basuki Rachmat, SE., MM)



.....

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



.....

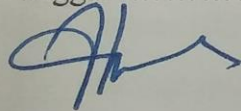
PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Emilia Agustin
Tempat, Tanggal Lahir : Kediri, 12 Agustus 1995
N.I.M : 2013210481
Program Studi : Manajemen
Program Pendidikan : Sarjana
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Citra Merek, Sikap Merek, Preferensi Merek, Terhadap Niat Beli Pada Produk Teh Pucuk Harum di Surabaya .

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen

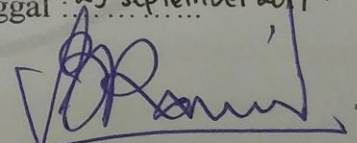
Tanggal : 29 September 2017



(Dr. Muazaroh, SE., M.T)

Dosen Pembimbing

Tanggal : 29 September 2017



(Dr. Basuki Rachmat, SE., MM)

MOTTO :

Hargai Waktu

PERSEMBAHAN

الرَّحِيمِ الرَّحْمَنِ اللَّهُ بِسْمِ

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah, kupersembahkan karya kecilku ini untuk orang-orang yang kusayangi terutama bagi kedua orang tua saya, dosen, dan sahabat-sahabat saya.

Saya mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya untuk kedua orang tua saya, Ayah dan ibunda Liana tidak ada kata yang mampu menggambarkan seberapa hebatnya kalian, kalian adalah the best parents ever. Serta kakakku satu-satunya Bram yang menjadi motivasi saya untuk terus belajar dan berusaha menjadi adik yang baik. Dan tidak lupa untuk semua keluarga besar atas doa dan semangatnya untuk saya. ♥♥

Untuk Teman Hidup aku Mas Indra terimakasih ya buat bantuan ngeditnya, tenmgah malam rela buat ngeditin tata penulisan, terimakasih sayang ♥♥♥

Untuk Rara teman yuang paling ada ketika dibutuhkan, ikut repot, yang nemenin kalau lagi dikampus, selalu rewel kalau ditinggal ngerjain skripsi tapi dukungan gak pernah telat. Terimakasih ya upin hihhi

Buat D'Rainbow Feby, Feny, Galih, Koko dan Okta so thanks buat supportnya, buat tukar pikirannya dan semoga pertemanan kita sampai kita tua nanti ytaa

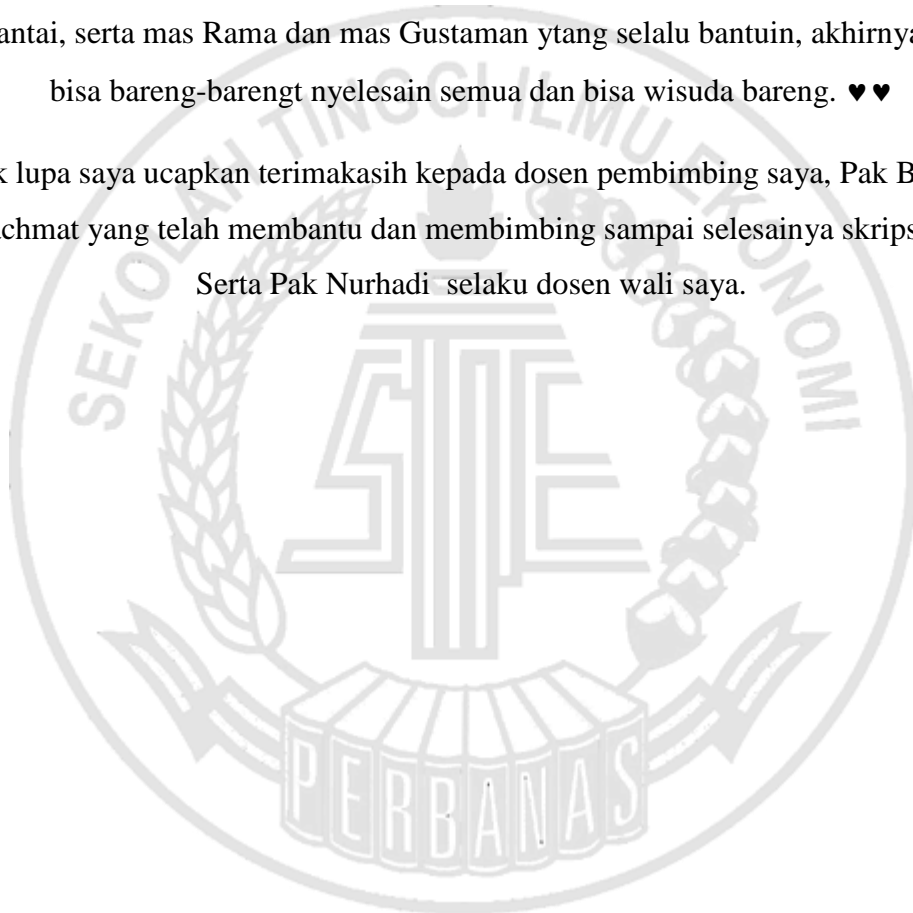
☺dan buat kalian yang belum skripsi cepet nyusul ya ☺ jangan lama-lama dikampus nanti resepsi ikut tertunda hihihi

Squad pak basuki firman, wildan, putri, riri, dan oncom terimakasih buat kontribusinya buat ngebantu jalannya skripsi. Thanks for everything, kalian terbaaaik.

Untuk Miss gopoh Febrina, thanks udah jadi partner terempong dan paling nyantai, serta mas Rama dan mas Gustaman ytang selalu bantuin, akhirnya kita bisa bareng-barengt nyelesain semua dan bisa wisuda bareng. ♥♥

Tak lupa saya ucapkan terimakasih kepada dosen pembimbing saya, Pak Basuki Rachmat yang telah membantu dan membimbing sampai selesainya skripsi ini.

Serta Pak Nurhadi selaku dosen wali saya.



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur ke hadirat Allah SWT, karena atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga proposal penelitian yang berjudul “PENGARUH CITRA MEREK, SIKAP MEREK, PREFERENSI MEREK, TERHADAP NIAT BELI PADA PRODUK TEH PUCUK HARUM DI SURABAYA selesai dengan baik dan tepat pada waktunya. Penelitian ini, disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Pendidikan Strata Satu Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.

Tak lupa pula penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak baik dari pihak STIE Perbanas Surabaya maupun pihak lain yang telah memberikan sumbangan ilmu, pikiran, moral, maupun material yang berpengaruh besar terhadap selesainya penelitian ini, antara lain:

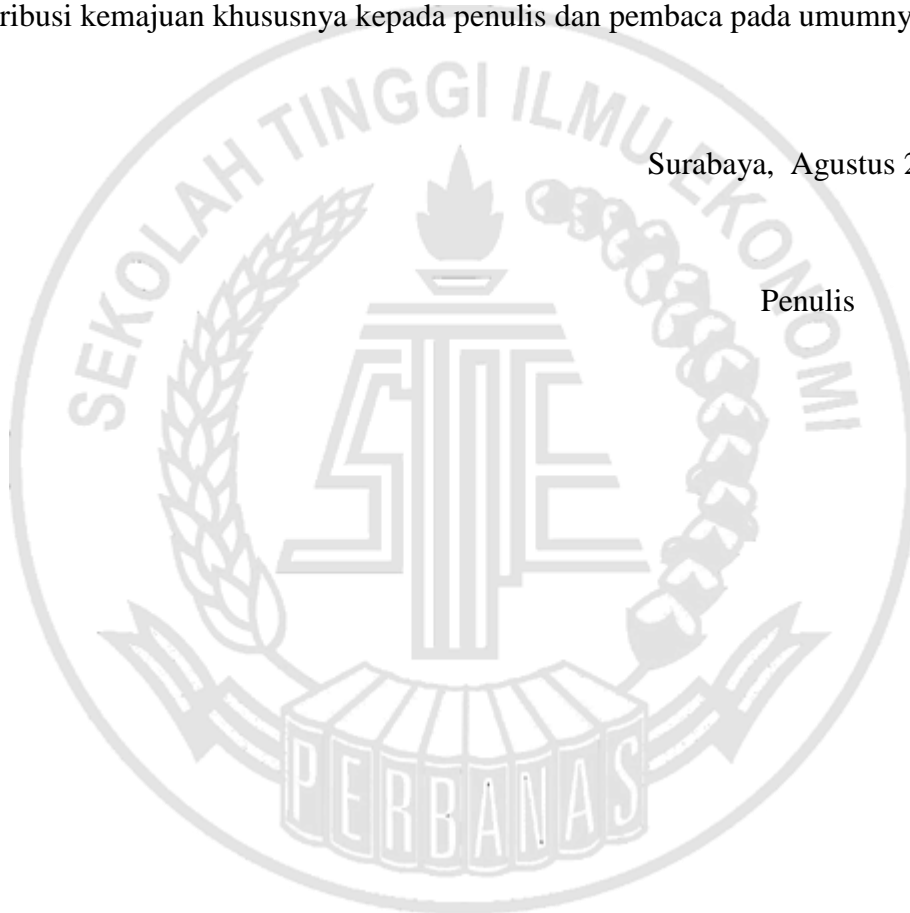
1. Bapak Dr. Basuki Racmat, SE., MM . selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Lutfi, SE., M.T. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
3. Ibu Dr. Muazaroh, SE., M.T. selaku Ketua Program Pendidikan Strata Satu Jurusan Manajemen STIE Perbanas Surabaya.
4. Bapak Mochanmad Nurhadi, S.kom., M.M. selaku Dosen Wali di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
5. Seluruh Staf dan Karyawan STIE Perbanas Surabaya.

6. Orang tua dan Keluarga yang senantiasa memberikan dukungan dan semangat baik secara moral dan material.
7. Serta semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, sekali lagi saya ucapkan terima kasih.

Akhir kata penulis mengharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi kemajuan khususnya kepada penulis dan pembaca pada umumnya.

Surabaya, Agustus 2017

Penulis



DAFTAR ISI

| | Hal |
|---|------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN SIAP UJI | ii |
| PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI..... | iii |
| PENGESAHAN SKRIPSI | iv |
| HALAMAN MOTTO & PERSEMBAHAN | v |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL..... | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xiii |
| ABSTRAK | xiv |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah..... | 7 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 7 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 8 |
| 1.5 Sistematika Penulisan Skripsi..... | 9 |
| | |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 11 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu..... | 11 |
| 2.2 Landasan Teori | 20 |
| 2.3 Hubungan Antar Variabel..... | 30 |
| 2.4 Kerangka Pemikiran | 35 |
| 2.5 Hipotesis Penelitian | 36 |
| | |
| 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 | 39 |
| 3.5 Instrumen Penelitian | 43 |
| 3.6 Populasi, Sampel Dan Teknik Pengambilan Sampel | 44 |
| 3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data | 46 |
| 3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian | 47 |
| 3.9 Teknik Analisis Data | 49 |
| | |
| BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA | 55 |
| 4.1 Gambaran Subyek Penelitian | 55 |
| 4.2 Analisis Data | 58 |
| 4.3 Pembahasan | 80 |

| | |
|-----------------------------------|----|
| BAB V PENUTUP | 87 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 87 |
| 5.2 Keterbatasan Penelitian | 88 |
| 5.3 Saran | 89 |

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|--|---------|
| Tabel 1.1 : Top Brand Index Kategori <i>Online Shop Fashion</i> | 4 |
| Tabel 2.1 : Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang | 17 |
| Tabel 3.1 : Tabel Interval | 43 |
| Tabel 3.2 : Kisi-kisi Kuesioner | 44 |
| Tabel 3.3 : <i>Goodness Of fit Index</i> | 53 |
| Tabel 4.1 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 56 |
| Tabel 4.2 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan | 56 |
| Tabel 4.3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 57 |
| Tabel 4.4 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir | 57 |
| Tabel 4.5 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran | 58 |
| Tabel 4.6 : Skala Interval | 59 |
| Tabel 4.7 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek | 59 |
| Tabel 4.8 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Sikap Merek | 60 |
| Tabel 4.9 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Preferensi Merek | 61 |
| Tabel 4.10 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Niat Beli | 62 |
| Tabel 4.11 : <i>Assement Of Normality</i> | 64 |
| Table 4.12 : Uji Multivariate Outlier | 65 |
| Table 4.13 : <i>Goodness Of Fit</i> CFA Awal | 68 |
| Table 4.14 : Uji Validitas Sampel | 69 |
| Table 4.15 : Output <i>Modification Index</i> | 70 |
| Table 4.16 : <i>Goodnes Of Fit Revisi</i> CFA (Drop indikator) | 71 |
| Table 4.17 : Revisi Uji Validitas | 72 |
| Table 4.18 : Uji Realibilitas | 73 |
| Table 4.19 : <i>Goodness Of Fit</i> Model Persamaan Struktural | 74 |
| Table 4.20 : Output <i>Modification Index Covariance</i> | 75 |
| Table 4.21 : <i>Goodness Of Fit</i> Pengujian akhir model persamaan struktural | 77 |
| Table 4.22 : Hasil estimasi model persamaan struktural | 78 |

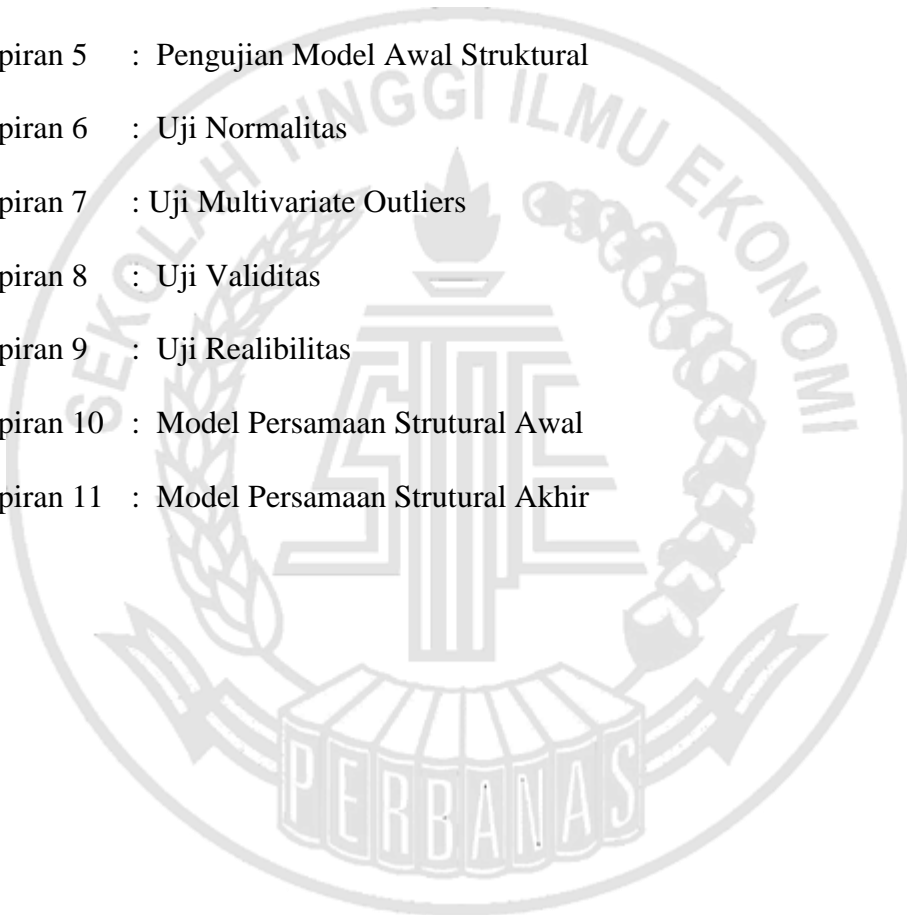
DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|---|---------|
| Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran Shwu-Ing Wu and Jiu Yi Jang | 12 |
| Gambar 2.2 : Kerangka Pemikiran Nasreen han <i>et al</i> | 14 |
| Gambar 2.3 : Kerangka Pemikiran Syed Saad Husain Shah, <i>et al</i> | 16 |
| Gambar 2.4 : Kerangka Pemikiran Penelitian | 16 |
| Gambar 3.1 : Model Awal SEM | 50 |
| Gambar 4.1 : Pengujian Model Awal Struktural | 63 |
| Gambar 4.2 : Pengujian CFA Model Awal | 67 |
| Gambar 4.3 : Pengujian Revisi CFA (Modifikasi) | 71 |
| Gambar 4.4 : Model Persamaan Struktural Awal | 74 |
| Gambar 4.5 : Model Persamaan Struktural Awal | 77 |



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuisisioner Penelitian
- Lampiran 2 : Identifikasi Responden
- Lampiran 3 : Data Dan Tanggapan Responden
- Lampiran 4 : Tabel Frekuensi
- Lampiran 5 : Pengujian Model Awal Struktural
- Lampiran 6 : Uji Normalitas
- Lampiran 7 : Uji Multivariate Outliers
- Lampiran 8 : Uji Validitas
- Lampiran 9 : Uji Realibilitas
- Lampiran 10 : Model Persamaan Struktural Awal
- Lampiran 11 : Model Persamaan Struktural Akhir



**PENGARUH CITRA MEREK, SIKAP MEREK, PREFERENSI MEREK
TERHADAP NIAT BELI PADA PRODUK TEH PUCUK HARUM
DI SURABAYA**

Emilia Agustin

STIE Perbanas Surabaya

Email : emiliaagustin.ea12@gmail.com

Dr. Basuki Racmat,SE,MM

STIE Perbanas Surabaya

Email : basuki@perbanas.ac.id

Jalan Nginden Semolo 34-36 Surabaya 60118, Jawa Timur, Indonesia.

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the influence of brand image, brand attitude and brand preference of the purchase intention pucuk harum tea in surabaya. The variable used in this research were brand image, brand attitude, brand preference, and purchase intention. This research used judgement sampling technique in order to get samples. Structural Equation Modeling AMOS was used for the analysis technique in this research with 130 respondent. The result of this study proves that the brand attitude have a significant influence on brand image but no significant influence on purchase intention. Brand attitude have a significant influence on brand preference. Brand preference have significant influence on purchase intentions.

Keyword :*Brand Image, Brand Attitude, Brand Preference, and Purchase Intention.*