

KOLABORASI RISET
DOSEN DAN MAHASISWA

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, SIKAP MEREK DAN PREFERENSI
MEREK TERHADAP NIAT BELI SUSU KEMASAN FRISIAN FLAG
DI SURABAYA**

SKIRPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian

Program Pendidikan Strata Satu

Jurusan Manajemen



Febrina Prita Putriansari

2012210530

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

2017

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, SIKAP MEREK DAN PREFERENSI
MEREK TERHADAP NIAT BELI SUSU KEMASAN FRISIAN FLAG
DI SURABAYA**

Diajukan oleh :

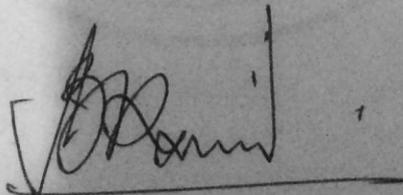
FEBRINA PRITA PUTRIANSARI

2012210530

Skripsi ini telah dibimbing
Dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 29 September 2017



(Dr. Basuki Rachmat, SE., MM)

SKRIPSI

PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, SIKAP MEREK DAN PREFERENSI MEREK TERHADAP NIAT BELI SUSU KEMASAN FRISIAN FLAG DI SURABAYA

Disusun oleh

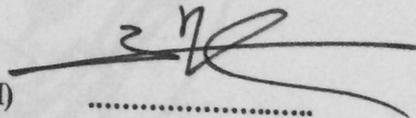
FEBRINA PRITA PUTRIANSARI

2012210530

Dipertahankan di depan Tim Penguji
Dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
Pada tanggal **06 September 2017**

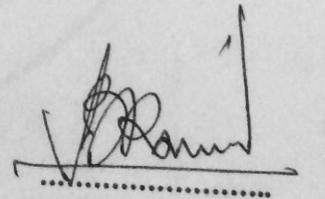
Tim Penguji

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



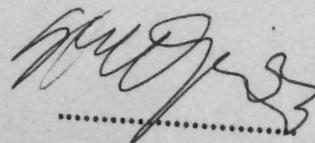
.....

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



.....

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



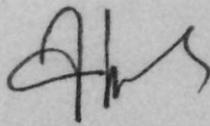
.....

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Febrina Prita Putriansari
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 24 Februari 1995
N.I.M : 2012210530
Program Studi : Manajemen
Program Pendidikan : Sarjana
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Persepsi Kualitas, Sikap Merek dan Preferensi Merek terhadap Niat Beli Susu Kemasan Frisian Flag di Surabaya.

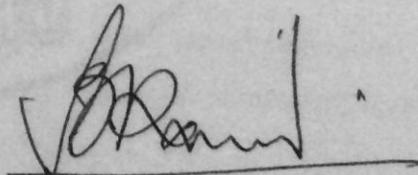
Disetujui dan diterima baik oleh :

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

“Ndang Mari Ndang Uwes”

PERSEMBAHAN

الرَّحِيمِ الرَّحْمَنِ اللَّهُ بِسْمِ

Dengan mengucap 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, Papa Anshar dan Mama Anik tidak ada kata yang mampu menggambarkan seberapa hebatnya kalian, kalian adalah the best parents ever. Serta adik – adik ku

Hafid, Luminda dan Leo yang menjadi motivasi saya untuk terus belajar dan berusaha menjadi contoh kakak yang baik. Dan tidak lupa untuk semua keluarga besar atas doa dan semangatnya untuk saya. ♥♥

Untuk para teman – teman termicin ku (Ryan, Maulana, Alam, Om Ferdian, Amal iyung, Adit) thank you so much for you all. Kalian sangat – sangat memotivasi ku untuk menyelesaikan skripsi ini. Meskipun motivasi yang kadang bikin aku gondok tapi itulah cara kalian untuk memotivasi satu sama lain.

Thanks for everything, kalian terbaaaik.

Buat Martha Tria Savira, terimakasih atas kekocakkanya, temen yang selalu ngrecoki aku terus tapi sangat membantu ku dalam skripsi ini, yang hoby banget sama ngomel “Ayo ndang digarap, ndang mari ndang uwes, ndang kerjo, ndang liburan”. ♥♥

Untuk Emilia partner tersantai, Thanks udah jadi partner bimbingan tersantai yang selalu nemenin. Untuk Wildan dan Firman, Terima kasih sudah membantu dan mengajar dengan sabar haha dan untuk Widya, Claudia, Putri terimakasih kalian semua sudah menjadi partner bimbingan terbaik. Akhirnya kita bisa bareng-bareng nyelesaiin semua ini hihi. Untuk Rama dan Gustaman yang memberikan semangat dan mau tak reweli haha terima kasih banyak.

Buat para Ruwet Squad (Dwi, Nanda, Hajang, Onie, Dzaky, Sawitto, Rizal) thank you buat kalian yang selalu mendorong buat lulus dan wisuda tahun ini. Aku sudah menepati omonganku gaes haha ♥♥

Tak lupa saya ucapkan terimakasih kepada dosen pembimbing saya, bapak Basuki Rachmat yang telah membantu dan membimbing sampai selesainya skripsi ini. Serta ibu Emma Yulianti selaku dosen wali saya, yang telah mendukung dan memotivasi saya agar cepat menyelesaikan skripsi ini.

Dan Buat kamu (Jodohku kelak) Terima kasih. ☺

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT, karena atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penelitian yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Kualitas, Sikap Merek dan Preferensi Merek terhadap Niat Beli Susu Kemasan Frisian Flag 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:

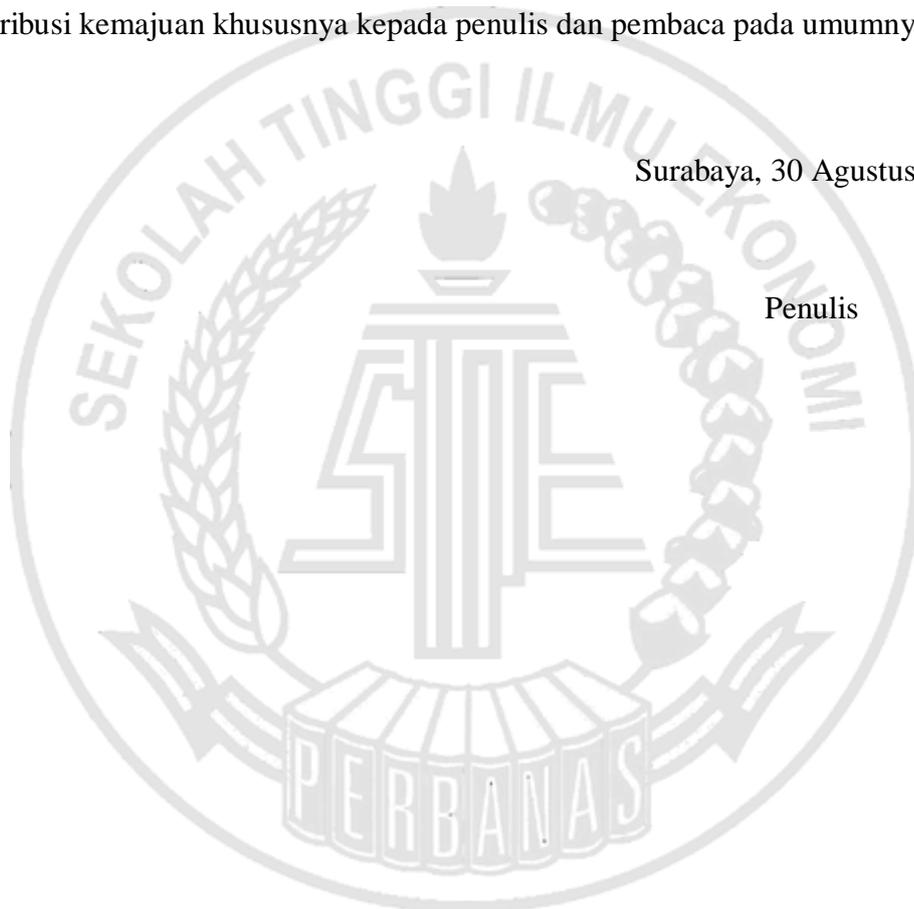
1. Bapak Dr. Basuki Rachmat, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Lutfi, SE., M.T. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
3. Ibu Dr. Muazaroh, SE., M.T. selaku Ketua Program Pendidikan Strata Satu Jurusan Manajemen STIE Perbanas Surabaya.
4. Ibu Emma Yulianti, SE., MM. selaku Dosen Wali di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang telah membantu dan memberi dukungan untuk saya.
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, 30 Agustus 2017

Penulis



DAFTAR ISI

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	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	17
2.2.1 Persepsi Kualitas.....	17
2.2.2 Sikap Merek	20
2.2.3 Preferensi Merek.....	25
2.2.4 Niat Beli	27
2.3 Hubungan Antar Variabel	29
2.3.1 Hubungan persepsi kualitas terhadap niat beli	29
2.3.2 Pengaruh persepsi kualitas terhadap sikap Merek	30
2.3.3 Pengaruh sikap merek terhadap niat beli	30
2.3.4 Pengaruh sikap merek terhadap preferensi merek	31
2.3.5 Pengaruh preferensi merek terhadap niat be	31
2.4 Kerangka Pemikiran.....	32
2.5 Hipotesis Penelitian	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Rancangan Penelitian.....	34
3.2 Batasan Penelitian.....	35
3.3 Identifikasi Variabel.....	35
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	36
3.4.1 Definisi Operasional	36
3.4.2 Pengukuran Variabel.....	39

3.5	Instrumen Penelitian	40
3.6	Populasi dan Sampel	41
3.6.1	Populasi	41
3.6.2	Sampel	42
3.6.3	Teknik Pengambilan Sampel	42
3.7	Data dan Metode pengumpulan data	43
3.7.1	Data	43
3.7.2	Metode pengumpulan data	43
3.8	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	44
3.8.1	Uji Validitas Konstruk	44
3.8.2	Uji Relibilitas Konstruk	44
3.9	Teknik Analisis Data	45
3.9.1	Analisis Deskriptif	46
3.9.2	Analisis SEM	46
3.9.3	Uji Hipotesis	51
BAB IV	GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	52
4.1	Gambaran Subyek Penelitian	52
4.2	Analisis Data	55
4.2.1	Analisis Deskriptif	55
4.2.2	Analisis Model Persamaan Struktural	60
4.3	Pembahasan	76
BAB V	PENUTUP	82
5.1	Kesimpulan	82
5.2	Keterbatasan Penelitian	83
5.3	Saran	83
DAFTAR RUJUKAN		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 : Data Top Brand Index	04
Tabel 2.1 : Pemetaan Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1 : Kriteria Kelas Interval	39
Tabel 3.2 : Kisi – kisi kuisisioner	40
Tabel 3.3 : Tabel <i>Goodness of fit</i>	50
Tabel 4.1 : Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	53
Tabel 4.2 : Karakteristik responden berdasarkan status	53
Tabel 4.3 : Karakteristik responden berdasarkan pendapatan	54
Tabel 4.4 : Karakteristik responden berdasarkan usia	54
Tabel 4.5 : Karakteristik responden berdasarkan pendidikan	55
Tabel 4.6 : Rentang kelas interval	56
Tabel 4.7 : Tanggapan responden variabel persepsi kualitas	56
Tabel 4.8 : Tanggapan responden variabel sikap merek	57
Tabel 4.9 : Tanggapan responden variabel preferensi merek	58
Tabel 4.10 : Tanggapan responden variabel	59
Tabel 4.11 : Tabel <i>Assesment Of Normality</i>	61
Tabel 4.12 : Hasil perhitungan uji <i>Multivariate Outlier</i>	63
Tabel 4.13 : Tabel <i>Goodness Of Fit</i> CFA Awal	65
Tabel 4.14 : Tabel Ouput <i>Modification Index Covariance</i>	66
Tabel 4.15 : Tabel <i>Goodness Of Fit</i> Revisi CFA Multivariate	68
Tabel 4.16 : Tabel Uji Validitas Sampel	68

Tabel 4.17 :	Tabel Uji Reliabilitas	69
Tabel 4.18 :	Tabel <i>Goodness Of Fit</i> Model Persamaan Struktural	71
Tabel 4.19 :	Output <i>Modification Index Covariance</i>	72
Tabel 4.20 :	Tabel <i>Goodness Of Fit</i> Pengujian Akhir Model Persamaan Struktural	75
Tabel 4.21 :	Hasil Estimasi Model Persamaan Struktural	76



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran (Shwu-Ing dan Jiun-Yi Jang)	10
Gambar 2.2 : Kerangka pemikiran (Syed Saad Husain Shah, <i>et al</i>)	12
Gambar 2.3 : Kerangka pemikiran (Nasreern khan, <i>et al</i>)	13
Gambar 2,4 : Kerangka Pemikiran	33
Gambar 3.1 : Model Awal	47
Gambar 4.1 : Pengujian Model Awal Struktural Penelitian	60
Gambar 4.2 : Gambar Model CFA – Awal	64
Gambar 4.3 : Pengujian Revisi CFA	67
Gambar 4.4 : Model Persamaan Struktural Awal	71
Gambar 4.5 : Pengujian Akhir Model Persamaan Struktural	73

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuisisioner Penelitian
- Lampiran 2 : Identitas Responden
- Lampiran 3 : Data 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 (*Confirmatory Factor Analysis*)
- Lampiran 9 : Uji Reliabilitas (*Construct Reliability*)
- Lampiran 10 : Model Persamaan Struktural Awal
- Lampiran 11 : Model Persamaan Struktural Akhir

***THE INFULENCE OF PERCEIVED QUALITY, BRAND ATTITUDE AND
BRAND PREFERENCE OF THE PURCHASE INTENTION
FRISIAN FLAG MILK IN SURABAYA***

Febrina Prita Putriansari

STIE Perbanas Surabaya

Email: febrinapp@gmail.com

Jalan Nginden Semolo 34-36 Surabaya 60118, Indonesia

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the influence of perceived quality, brand attitude and brand preference of the purchase intention frisian flag milk in Surabaya. The variables used in this research were perceived quality, brand attitude, brand preference and purchase intention. This research used judgement sampling technique in order to get samples. Structural Equation Modeling AMOS 22.0 was used for the analysis technique in this research with 130 respondent. The results of this study proves that the perceived quality have a significant influence on brand attitudes but no significant influence on purchase intention. Brand attitudes have a significant influence on brand preference but have no significant influence on purchase intentions. Brand preference has no significant effect on purchase intention.

Key Words : perceived quality, brand attitude, brand preference, purchase intention

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, SIKAP MEREK DAN PREFERENSI
MEREK TERHADAP NIAT BELI SUSU KEMASAN FRISIAN FLAG DI
SURABAYA**

Febrina Prita Putriansari

STIE Perbanas Surabaya

Email: febrinapp@gmail.com

Jalan Nginden Semolo 34-36 Surabaya 60118, Indonesia

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi kualitas, sikap merek dan preferensi merek terhadap pembelian niat beli susu kemasan Frisian Flag di Surabaya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah persepsi kualitas, sikap merek, preferensi merek dan niat beli. Penelitian ini menggunakan teknik *judgment sampling* untuk mendapatkan sampel. Model Persamaan Struktural AMOS 22.0 digunakan untuk teknik analisis dalam penelitian ini dengan 130 responden. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa persepsi kualitas berpengaruh signifikan terhadap sikap merek namun tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli. Sikap merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap preferensi merek namun tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli. Preferensi merek tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli.

Kata Kunci : Persepsi kualitas, Sikap merek, Preferensi Merek, Niat beli, Frisian Flag.