

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPRIBADIAN MEREK, DAN  
PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP NIAT PEMBELIAN  
KOPI KAPAL API DAN TOP KOPI DI  
SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Strata Satu  
Jurusan Manajemen**



Oleh :

**IRWANSYAH PRADATA**

**2010210252**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS**

**S U R A B A Y A**

**2015**

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPRIBADIAN MEREK, DAN  
PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP NIAT PEMBELIAN  
KOPI KAPAL API DAN TOP KOPI  
DI SURABAYA**

Diajukan oleh :

**IRWANSYAH PRADATA**

**NIM : 2010210252**

Skripsi ini telah dibimbing  
Dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,  
Tanggal : .....



**(Drs.Ec. Harry Widyantoro, M.Si)**

**SKRIPSI**

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERIBADIAN MEREK, DAN  
PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP NIAT PEMBELIAN  
KOPI KAPAL API DAN TOP KOPI  
DI SURABAYA**

Disusun Oleh oleh :

**IRWANSYAH PRADATA  
NIM : 2010210252**

Dipertahankan Didepan Tim Penguji Dan  
Dinyatakan Lulus Ujian Skripsi  
Pada Tanggal :

Tim Penguji

**Ketua : Emma Julianti, SE,M.M**  
**Sekretaris : Drs. Ec. Harry Widyanoro, M.Si**  
**Anggota : Dra. Psi. Tjahjani Prawitowati, M.M**



Handwritten signatures of the examiners, with dotted lines below each signature.

## PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Irwansyah Pradata  
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya 22 oktober 1992  
N.I.M : 2010210252  
Jurusan : Manajemen  
Program Pendidikan : Strata 1  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul : Pengaruh Citra Merek, Kepribadian Merek, dan Pengetahuan Produk terhadap Niat Pembelian kopi Kapal Api dan TOP kopi Di Surabaya

**Disetujui dan diterima baik oleh :**

Ketua Program Sarjana Manajemen

Tanggal :.....



**(Dr. Muazaroh, SE, MT)**

Dosen Pembimbing

Tanggal:.....



**(Drs. Ec. Harry Widyanoro, M. Si.)**

# **MOTTO**

**“KEBAIKAN TIDAK BERNILAI SELAMA DIUCAPKAN AKAN TETAPI  
BERNILAI SESUDAH DIKERJAKAN”**

## ***LEMBAR PERSEMBAHAN***

1. ALLAH SWT & Rasulullah SWT

Sembah sujud syukur kepada Allah SWT. Taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberiku kekuatan dan membekaliku dengan ilmu yang kelak akan memberikanku manfaat. Atas karunia serta kemudahan yang engkau berikan akhirnya skripsi sederhana ini dapat terselesaikan. Sholawat serta salam akan selalu terlimpahkan keharibaan Rasulullah Muhammad SAW.

2. Keluarga Besar

Sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya skripsi ini pada Papa & Mama yang telah bersusah payah membesarkan saya, memberikan dukungan dan doa yang tiada mungkin dapat kubalas sampai kapanpun, dan mungkin jika tanpa mereka saya akan sangat kesulitan untuk bisa mencapai hal besar seperti ini. Semoga ini menjadi langkah awal untuk memotivasi diri sendiri dan adik saya untuk menjadikan Papa & Mama bangga.

3. Dosen Pembimbing Drs. Ec. Harry Widyantoro, M. Si

Terima kasih banyak selama ini sudah membantu, menasehati, mengajari saya hingga saya dapat menyelesaikan skripsi sederhana ini. Saya akan selalu ingat akan ilmu yang sudah bapak berikan kepada saya dan saya berjanji akan memberikan manfaat atas ilmu yang bapak berikan. Terima

kasih sudah menjadi pendidik yang selalu sabar menghadapi saya, baik dalam bidang SKRIPSI maupun bidang lain.

4. Teman – teman yang kurang lebih selalu ada buat saya, dan beberapa diantara mereka yang sampai saat ini merupakan pengisi hari-hari yang sepi dan membuat saya tersenyum dan bersemangat (Agung, Rendra, Vemby, Prada, Said, Giovani, Fahmi, Aken, Angga Dowo, Aziz, Boni, Alfa, Aris Syaifullah, dan masih banyak lagi)

Terima kasih atas suka duka yang pernah mengisi pertemanan atau bahkan persahabatan beberapa diantara kita, yang mampu memotivasi saya hingga pada akhirnya dapat menyelesaikan SKRIPSI ini. Terima kasih juga kepada seseorang yang spesial yang selalu memberikan nasihat serta banyak motifasi atas kegiatan penulisan skripsi ini sehingga sangat membantu dalam penyelesaian skripsi ini (Lailatul Magfiroh).

## KATA PENGANTAR

Syukur alhamdulillah kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Kepribadian merek, dan Pengetahuan Produk terhadap Niat Pembelian kopi Kapal Api, dan TOP kopi di Surabaya dapat terselesaikan.

Adapun tujuan penulisan skripsi ini adalah dalam rangka memenuhi salah satu syarat penyelesaian program pendidikan sarjana strata satu (S1) Jurusan Manajemen Pemasaran STIE Perbanas Surabaya.

Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan tidak lepas dari bantuan baik dari berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Drs. Ec. Harry Widyantoro, M. Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Mochamad Nurhadi, S.Kom., M.M selaku dosen wali.
3. Ibu Dr. Muazaroh, SE, MT selaku Ketua Jurusan Manajemen STIE Perbanas Surabaya.
4. Bapak dan ibu dosen yang telah membimbing penulis selama perkuliahan di STIE Perbanas Surabaya.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi masih jauh dari tingkat kesempurnaan dikarenakan keterbatasan kemampuan penulis, untuk langkah lebih maju penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan penulis berharap penulisan skripsi ini dapat menambah pengetahuan penulis serta bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 30 Juni 2014

Irwansyah Pradata

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DAN DIUJI .....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan Proposal.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Landasan Teori .....	15
2.3 Kerangka Pemikiran .....	22
2.4 Hipotesis Penelitian .....	22
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
3.1 Rancangan Penelitian .....	24
3.2 Batasan Penelitian .....	25
3.3 Identifikasi Variabel .....	25
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	25
3.5 Instrumen Penelitian .....	28
3.6 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	30
3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data .....	31
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	33
3.9 Teknik Analisis Data .....	34
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.....	66
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	66
5.3 Saran .....	67
DAFTAR RUJUKAN	



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	: Daftar Konsumsi Kopi di Indonesia Tahun 2010-2016	3
Tabel 1.2	: Daftar TOP Brand Index Kopi Bubuk Berampas	5
Tabel 2.1	: Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Sekarang	14
Tabel 3.1	: Instrumen Penelitian	28
Tabel 4.1	: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.2	: Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	46
Tabel 4.3	: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	47
Tabel 4.4	: Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	47
Tabel 4.5	: Karakteristik Respopnden Berdasarkan Produk Sering Dikonsumsi	48
Tabel 4.6	: Kategori Mean Variabel Bebas Dan Terikat	49
Tabel 4.7	: Tanggapan Responden Terhadap Citra Merek	50
Tabel 4.8	: Tanggapan Responden Terhadap Kepribadian Merek	50
Tabel 4.9	: Tanggapan Responden Terhadap Pengetahuan Produk	51
Tabel 4.10	: Tanggapan Responden Terhadap Niat Pembelian	52
Tabel 4.11	: Tabel Uji Validitas	53
Tabel 4.12	: Hasil Pengujian Reliabilitas Pada Variabel Penelitian	54
Tabel 4.13	: Koefisien Regresi Linier Berganda	55
Tabel 4.14	: Koefisien Determinasi Simultan	57
Tabel 4.15	: Hasil Perhitungan Koefisien Korelasi dan Determinasi Parsial	58
Tabel 4.16	: Hasil Analisis Uji Simultan (UJI F)	59

Tabel 4.17 : Ringkasan Hasil Signifikan	61
Tabel 4.18 : Group Statistic	62
Tabel 4.19 : Independent Sampel T test	63

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran Tariq <i>et al</i>	12
Gambar 2.2 : Kerangka Pemikiran Mahdi Boorzoei dan Maryam Azgary	13
Gambar 2.3 : Kerangka Pemikiran Peneliti	22

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Tabulasi Data Responden
- Lampiran 3 : Analisis Deskriptif Karakteristik Responden
- Lampiran 4 : Analisis Deskriptif Tanggapan Responden
- Lampiran 5 : Uji Validitas
- Lampiran 6 : Uji Reliabilitas
- Lampiran 7 : Analisis Regresi Uji F (Uji Simultan) dan Uji t (Uji Parsial)
- Lampiran 8 : Uji Beda

***THE IMPACT OF BRAND IMAGE, BRAND PERSONALITY,  
AND PRODUCT KNOWLEDGE OF PURCHASE INTENTION  
OF KAPAL API COFFEE AND TOP COFFEE  
IN SURABAYA***

**Irwansyah Pradata**

STIE Perbanas Surabaya

Email : [irwansyahpradata.007@gmail.com](mailto:irwansyahpradata.007@gmail.com)

**Harry Widiantoro**

STIE Perbanas Surabaya

Email : [harry@perbanas.ac.id](mailto:harry@perbanas.ac.id)

**ABSTRACT**

*At the present time the people of indonesia already has a fairly complex needs. There are so many needs that must be fulfilled every day, it makes every individual become more busy and prefer to something more practical . Practical things that we often used is in the beverage, because of the limitations time every individual would prefer drinks that are practical and easy to carry around and can be drunk anywhere with friends. In this era beverage are frequently chosen to fullfiled their needs and as a dish of society is coffee. With the increasing demand for coffee, coffee producers in indonesia should further improve the quality of their brand because of increasing competition . This study is examines the brand image, brand personality, and product knowledge of purchase intention of kapal api coffee and TOP coffee in surabaya. This study has 148 respondents with questionnaire as a research instrument and processed using spss 16.0. In partially brand image, brand personality have significant effect to influence purchase intention but product knowledge has insignificant effect to influence purchase intention . In simultaneous brand image, brand personality and product knowledge have significant effect of purchase intention .*

*Keyword : Kapal Api coffee and Top coffee, brand image, brand personality, product knowledge, purchase intention*