

**PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK, CITRA MEREK, DAN
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP NIAT BELI
PADA MOBIL TOYOTA YARIS
DI SURABAYA**

SKRIPSI

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



Oleh :

NUR LAILY HIDAYATI

NIM :2010210686

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

2014

**PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK, CITRA MEREK, DAN
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP NIAT BELI
PADA MOBIL TOYOTA YARIS
DI SURABAYA**

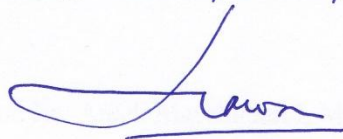
Diajukan Oleh :

Nur Laily Hidayati

NIM : 2010210686

Skripsi ini telah dibimbing
Dan dinyatakan siap diujikan

Dosen pembimbing,
Tanggal : 23 April 2014



(Drs. Irawan, MM)

SKRIPSI
PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK, CITRA MEREK, DAN
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP NIAT BELI PADA MOBIL
TOYOTA YARIS DI SURABAYA

Disusun Oleh :

Nur Laily Hidayati
NIM : 2010210686

Dapat dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal 20 Februari 2014

Tim Penguji :

Ketua penguji : Dr. Basuki Rachmat, SE., MM.



.....

Sekretaris : Drs. Irawan, M.M.



.....

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




.....

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Nur Laily Hidayati
Tempat, tanggal lahir : Tuban, 26 Mei 1992
N.I.M : 2010210686
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : S1
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Pengetahuan Produk, Citra Merek, dan
Kepercayaan Merek Terhadap Niat Beli pada
Mobil Toyota Yaris Di Surabaya

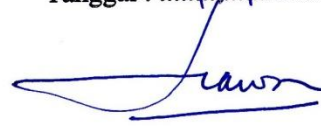
Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Studi S1 Manajemen
Tanggal : 24 April 2014



(Mellyza Silvy, S.E.,M.Si.)

Dosen pembimbing
Tanggal : 24 April 2014



(Drs. Irawan, M.M.)

MOTTO

IF YOU CAN'T MAKE IT GOOD, AT LEAST MAKE IT LOOK GOOD

(BILL GATES)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kelancaran dan nikmat kesehatan kepada saya sehingga saya bisa menyelesaikan tugas akhir saya, skripsi ini saya dedikasikan sepenuhnya untuk orang-orang terkasih saya terutama bapak Jaelani dan Ibu Munasih serta adikku Rini Sulistyowati di Singgahan, Tuban yang selalu berdoa untuk kesuksesan saya, terima kasih atas segala motivasi dan desikasinya yang telah diberikan kepada saya.

Terima kasih kepada mas charis yang selalu memberikan kasih sayang, motivasi, dan juga dukungan finansial hehe

Muchammad Zaenal Arifin Rahmatulloh yang mengajari aku bagaimana belajar sabar, terima kasih sudah menjadi teman yang paling mengerti.

Untuk sahabat-sahabatku kesayangan zella, lestari, mas topik, dan adit kalian adalah sahabat terbaikku

Farah dan mega makasih sudah menjadi teman curhat terbaik, makasih atas segala pengertian dan supportnya

Makasih juga buat mama papa zella sudah menyediakan tempat buat kita begadang ngerjain skripsi selama 3malam, dan temen-temen yang ikut “kemping” lukman, dora, sigit, dan fahmi.

Dan juga terima kasih kepada seluruh pihak yang selalu memberikan dukungan kepada saya, maaf tidak bisa menyebutkan satu-satu.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat dan karunianya kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul **“PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK, CITRA MEREK, DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP NIAT BELI PADA MOBIL TOYOTA YARIS DI SURABAYA”** dalam rangka guna memenuhi salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program pendidikan Strata I jurusan manajemen dengan bidang konsentrasi manajemen pemasaran di STIE Perbanas Surabaya.

Penulis bersyukur bahwa pada akhirnya proposal penelitian ini dapat diselesaikan meskipun dalam proses penyusunan ditemui kendala dan hambatan. Namun kendala dan hambatan dapat diatasi dengan baik. Penulisan proposal skripsi ini dapat terselesaikan tidak lepas dari bantuan moril dan materiil dari berbagai pihak. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, Psi, M.M. selaku Ketua STIE Perbanas Surabaya dan salah satu dosen pemasaran yang mengajar dan membimbing penulis selama proses perkuliahan di STIE Perbanas Surabaya
2. Ibu Melliza Silvy SE., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen STIE Perbanas Surabaya.

3. Bapak Drs. Irawan, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia memberikan waktu dan tenaga. Serta telah membimbing dan mengarahkan, memberikan saran dan nasihat sehingga berkat bimbingan beliau penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini.
4. Ibu Dra. Ec. Sri Lestari Kurniawati, Ms. selaku dosen wali yang telah membimbing dan mengarahkan selama penulis selama proses belajar di STIE Perbanas Surabaya
5. Segenap dosen pemasaran dan seluruh dosen STIE Perbanas Surabaya atas bimbingan dan ilmu yang telah diberikan kepada penulis selama proses belajar dalam menempuh pendidikan di STIE Perbanas Surabaya.
6. Seluruh staff dan karyawan STIE Perbanas Surabaya dan Perpustakaan yang telah membantu penulis.

Penulis juga menyadari bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari sempurna. Maka dari itu diharapkan kritik dan saran yang membangun.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih dan penulis berharap semoga proposal skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif untuk kedepannya bagi jurusan manajemen khususnya bidang manajemen pemasaran.

Surabaya, 31 Januari 2014

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PROPOSAL SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
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	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	14
2.2.1 Pengetahuan Produk	14
2.2.2 Citra Merek	15
2.2.3 Kepercayaan Merek	17
2.2.4 Niat Beli	19
2.2.5 Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Niat Beli	20
2.2.6 Pengaruh Citra Merek Terhadap Niat Beli	21
2.2.7 Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Niat Beli	20
2.3 Kerangka Pemikiran	22
2.4 Hipotesis Penelitian	22
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Rancangan Penelitian	24
3.2 Batasan Penelitian	24
3.3 Identifikasi Variabel	24
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	25
3.4.1 Definisi Operasional	25
3.4.2 Pengukuran Variabel	27
3.5 Instrumen Penelitian	28
3.6 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	31
3.6.1 Populasi	31
3.6.2 Sampel	31
3.6.3 Teknik Pengambilan Sampel	32

3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data	33
3.7.1 Data.....	33
3.7.2 Metode Pengumpulan Data	33
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas	34
3.8.1 Uji Validitas	34
3.8.2 Uji Reliabilitas	34
3.9 Teknik Analisis Data	35
3.9.1 Analisis Deskriptif	35
3.9.2 Analisis Statistik	35

BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA 39

4.1 Gambaran Subyek Penelitian	40
4.1.1 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	40
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
4.2 Analisis Data	42
4.2.1 Analisis Deskriptif	42
4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	47
4.2.3 Analisis Statistik	51
4.2.4 Pengujian Hipotesis	55
4.3 Pembahasan	60
4.3.1 Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Niat Beli Pada Mobil Toyota Yaris Di Surabaya.....	60
4.3.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Niat Beli Pada Mobil Toyota Yaris Di Surabaya	62
4.3.3 Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Niat Beli Mobil Toyota Yaris Di Surabaya.....	62

BAB V PENUTUP 63

5.1 Kesimpulan	64
5.2 Keterbatasan	64
5.3 Saran	65

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan 5 Mobil Terlaris Bulan Januari–Agustus 2013 Di Surabaya.....	2
Tabel 1.2	Tabel Penjualan Mobil Toyota Yaris, Honda Jazz, Suzuki Swift, Dan Mazda2 Bulan Januari – Agustus 2013 Di Surabaya	3
Tabel 2.1	Persamaan Dan Perbedaan Penelitian Terdahuludengan Penelitian Saat Ini	13
Tabel 3.2	Kisi-Kisi Kuisisioner	28
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	40
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
Tabel 4.4	Tabel Interval Class	43
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Terhadap Pengetahuan Produk	44
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Terhadap Citra Merek	45
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Terhadap Kepercayaan Merek	46
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Terhadap Niat Beli	47
Tabel 4.9	Uji Validitas Sampel Kecil	48
Tabel 4.10	Uji Validitas Sampel Besar	49
Tabel 4.11	Uji Reliabilitas Sampel Kecil	50
Tabel 4.12	Uji Reliabilitas Sampel Besar	50
Tabel 4.13	Hasil Perhitungan Persamaan Linier Regresi Linier Berganda ..	51
Tabel 4.14	Hasil Perhitungan Korelasi Dan Determinasi Simultan.....	53
Tabel 4.15	Hasil Perhitungan Koefisien Korelasi Dan Determinasi Parsial	54
Tabel 4.16	Hasil Perhitungan Uji F	56
Tabel 4.17	Hasil Perhitungan Uji t	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	11
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran	13
Gambar 2.3	Kerangka Pemikiran	22
Gambar 3.1	Daerah Penolakan Dan Penerimaan Ho Uji F	37
Gambar 3.2	Daerah Penerimaan Dan Penolakan Ho Uji t	39
Gambar 4.1	Kurva daerah penerimaan dan penolakan Ho Uji F	57
Gambar 4.2	Kurva penerimaan H_1 dan penolakan Ho variabel pengetahuan merek uji t.....	59
Gambar 4.3	Kurva penerimaan H_1 dan penolakan Ho variabel citra merek	60
Gambar 4.4	Kurva penerimaan H_1 dan penolakan Ho variabel kepercayaan merek	60

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Data Responden dan Karakteristik Responden
- Lampiran 3 : Tabulasi Data
- Lampiran 4 : Uji Validitas Sampel Kecil dan Sampel Besar
- Lampiran 5 : Uji Reabilitas Sampel Kecil dan Sampel Besar
- Lampiran 6 : *Descriptives Statistic*
- Lampiran 7 : Uji Regresi Linier Berganda
- Lampiran 8 : Jurnal Pendukung
- Lampiran 9 : Berita Acara Perbaikan Skripsi

The influence of product knowledge, brand image, and brand trust to purchase intention on Toyota Yaris in Surabaya

Abstract

Public demand for automotive needs is rapidly intensifying competition among automakers as with any type mini bus competition cars like Toyota Yaris and Honda Jazz. Toyota's achievement as the market leader is not followed by an increase in sales of one of its product lines, namely the Toyota Yaris. The purpose of this study was to determine the factors that influence purchase intention. The sampling technique used was judgment sampling. The research instrument was a questionnaire distributed to 120 respondents.

The results of this study indicate that the significant positive effect of product knowledge to purchase intention. significant positive effect of brand image on purchase intention. Brand trust significant positive effect on purchase intention. This shows that the product knowledge, brand image, and brand trust increased, the purchase intention on Toyota Yaris also will be increase.

Keyword : product knowledge, brand image, brand trust, purchase intention.