

**PENGARUH KESADARAN MEREK, LOYALITAS MEREK
DAN KUALITAS YANG DIRASAKAN TERHADAP NIAT
PEMBELIAN YAMAHA MIO DI SURABAYA**

SKRIPSI

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



Oleh:

BUNGA REVINA NYANA KUMARI NATIH

2011210917

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2015**

**PENGARUH KESADARAN MEREK, LOYALITAS MEREK
DAN KUALITAS YANG DIRASAKAN TERHADAP NIAT
PEMBELIAN YAMAHA MIO DI SURABAYA**

Diajukan oleh :

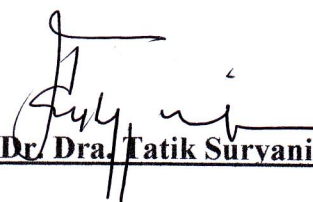
BUNGA REVINA NYANA KUMARI NATIH

2011210917

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 7/10-15.....


(Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, Psi., M.M.)

**PENGARUH KESADARAN MEREK, LOYALITAS MEREK
DAN KUALITAS YANG DIRASAKAN TERHADAP NIAT
PEMBELIAN YAMAHA MIO DI SURABAYA**

Disusun oleh :

BUNGA REVINA NYANA KUMARI NATIH

NIM : 2011210917

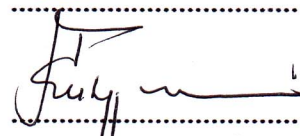
Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal *12 Agustus 2015*.....

Tim Penguji

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

Sekretaris : Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, Psi., M.M.

Anggota : Dr. Ronny, S.Kom., M.Kom., MH.



PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Bunga Revina Nyana Kumari Natih
Tempat, Tanggal Lahir : Denpasar, 8 Juli 1993
NIM : 2011210917
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Kesadaran Merek, Loyalitas Merek, dan Kualitas Yang Dirasakan Terhadap Niat Pembelian Yamaha Mio Di Surabaya

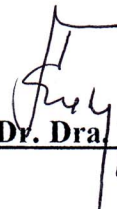
Disetujui dan diterima baik oleh:

Ketua Program Sarjana Manajemen
Tanggal : 15 Oktober 2015



(Dr. Muazaroh, S.E., M.T.)

Dosen Pembimbing,
Tanggal : 28 September 2015



(Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, Psi., M.M.)

MOTTO

Do what you love, love what you do . So do your best at every opportunity that you have.

PERSEMBAHAN

Om Swastiastu terimakasih dan puji syukur saya ucapkan Kepada Ida Sang Hyang Widhi Wasa atas karunia-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan harapan dapat bermanfaat baik bagi saya di kemudian hari

Orang Tua Tercinta

Terimakasih Saya ucapkan kepada Ibu kandung saya Rosana Lena yang senantiasa memberi semangat dan doanya untuk saya khususnya dalam menyelesaikan skripsi saya ini. Dan terimakasih juga saya ucapkan kepada Ayah saya Agus Dharma dan Ibu Tiri saya Nana Trianasari yang selalu mendukung saya dalam penyelesaian skripsi ini, memberi saya semangat dan membiayai kuliah saya selama 4 tahun ini , Hanya ungkapan terimakasih dan rasa sayang saya beri untuk mengungkapkan betapa berharganya saya masih memiliki orang tua seperti mereka

Keluarga Tersayang

Terimakasih kepada keluarga saya yaitu ketiga adik saya dan seluruh keluarga besar yang berada di Surabaya maupun yang ada di Bali atas semangat dan doanya

Partner Terkasih

Terimakasih kepada partner saya Dewa Gede Krishna Harry yang sudah rela meluangkan waktunya menemani saya mengerjakan skripsi dimanapun tempat yang saya tuju, yang selalu memberi semangat ketika saya berhenti dan menyerah

Sahabat-Sahabat The Best

Terimakasih kepada Sahabat-sahabat saya yang tidak bisa saya sebutkan satu-satu baik sahabat saya yang berada di Surabaya dan di Bali yang selalu menyemangati saya dalam pengerjaan skripsi ini

Dosen Pembimbing Teristimewa

Terimakasih kepada Dosen Pembimbing saya Ibu Tatik Suryani yang telah sabar membimbing saya dalam penyelesaian skripsi ini, jasa-jasa ibu tidak akan saya lupakan maaf jika selama saya menjadi anak bimbing ibu saya banyak salah dan kurang semoga dengan segala kekurangan dan kesalahan saya dapat belajar menjadi lebih baik lagi

Bapak Peri Penolong

Terimakasih kepada Pak Dhyka Bagus yang sudah membantu saya memberikan saran dan solusi dalam menyelesaikan skripsi ini ketika saya mengalami kesulitan

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Pengaruh Kesadaran Merek, Loyalitas Merek, dan Kualitas Yang Dirasakan Terhadap Niat Pembelian Yamaha Mio di Surabaya

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Studi Strata Satu Jurusan Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya. Adapun penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan serta dukungan dari semua pihak. Oleh karena itu, Penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Lutfi, SE., M.Fin. Selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya
2. Ibu Dr. Muazaroh, SE., M.T selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya
3. Ibu selaku dosen pembimbing Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, Psi., M.M. dalam pembuatan skripsi yang telah banyak memberi ilmu dan meluangkan waktu selama pengerjaan skripsi
4. Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang dengan ikhlas memberikan ilmu selama proses pembelajaran dan memberikan berbagai saran
5. Seluruh Staf Perpustakaan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya

6. Seluruh Civitas Akademika Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas
Surabaya

7. Seluruh Rekan Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas
Surabaya yang telah memberikan dukungan serta saran dalam skripsi ini.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dalam menambah wawasan, khususnya di bidang Manajemen Pemasaran.

Surabaya, 10 September 2015

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI	ii
HALAMAN PERNYATAAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Landasan Teori	13
2.2.1 Kesadaran Merek	13
2.2.2 Loyalitas Merek	14
2.2.3 Kualitas Yang Dirasakan	15
2.2.4 Niat Pembelian.....	16
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	18
2.3.1 Hubungan antara Kesadaran Merek dengan Niat Pembelian.....	18
2.3.2 Hubungan antara Loyalitas Merek dengan Niat Pembelian.....	18
2.3.3 Hubungan antara Kualitas Yang Dirasakan dengan Niat Pembelian	18
2.4 Kerangka Pemikiran	19
2.5 Hipotesis Penelitian	20
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Rancangan Penelitian	21
3.2 Batasan Penelitian	22
3.3 Identifikasi Variabel Penelitian	22
3.4 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel	22

3.4.1	Definisi Oprasional	22
3.4.2	Pengukuran Variabel	25
3.5	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	25
3.5.1	Populasi	25
3.5.2	Sampel	25
3.5.3	Teknik Pengambilan Sampel	26
3.6	Instrumen penelitian	27
3.7	Data dan Metode Pengumpulan Data	29
3.7.1	Data	29
3.7.2	Metode Pengumpulan Data	30
3.8	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	30
3.8.1	Uji Validitas	30
3.8.2	Uji Reliabilitas	31
3.9	Teknik Analisis Data	31
3.9.1	Teknik Analisis Deskriptif	31
3.9.2	Analisis Statistik	32
3.9.3	Analisis Regresi Linier Berganda	32
3.9.4	Uji Asumsi Klasik	33
3.9.4.1	Uji Multikolonieritas	33
3.9.4.2	Uji Heteroskedastisitas	34
3.9.4.3	Uji Normalitas	34
3.9.4.4	Uji Autokorelasi	36
3.9.5	Uji T	37
3.9.6	Uji F	37
3.9.7	Koefision Determinasi (R^2)	38
BAB IV	GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....	44
4.1	Gambaran Subyek Penelitian.....	39
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan jenis kelamin	39
4.1.2	Kriteria Responden Berdasarkan Usia	40
4.1.3	Kriteria Responden Berdasarkan Pendidikan terakhir	40
4.1.4	Kriteria Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
4.2	Analisis Data.....	42
4.2.1	Analisis Deskriptif	42
4.2.2	Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	45
4.2.3	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	48
4.2.4	Pengujian Asumsi Klasik	48
4.2.5	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	52
4.2.6	Pengujian Hipotesis.....	54
4.3	Pembahasan	57
BAB V	PENUTUP	61
5.1	Kesimpulan	61
5.2	Keterbatasan Penelitian	62

5.3 Saran	62
-----------------	----

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Top Brand Award Indonesia	2
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu Dan Sekarang.....	11
Tabel 3.1 Kisi-Kisi Pernyataan Kuesioner	27
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	39
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
Tabel 4.5 Interval Kelas Variabel	42
Tabel 4.6 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kesadaran Merek	42
Tabel 4.7 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas Merek	43
Tabel 4.8 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Yang Dirasakan.....	43
Tabel 4.9 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Niat Pembelian.....	44
Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel Kesadaran Merek	45
Tabel 4.11 Uji Validitas Variabel Loyalitas Merek	45
Tabel 4.12 Uji Validitas Variabel Kualitas Yang Dirasakan	46
Tabel 4.13 Uji Validitas Variabel Niat Pembelian.....	46
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas.....	47
Tabel 4.15 Nilai <i>Variance Inflation</i> Faktor dan Nilai <i>Tolerance</i>	47
Tabel 4.16 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	51
Tabel 4.17 Hasil Perhitungan Uji F.....	53
Tabel 4.18 Hasil Perolehan t_{hitung} dan Tingkat Signifikan	55

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Peneliti 1	8
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Peneliti 2.....	10
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	19
Gambar 4.1 Heteroskedastisitas Pada Regresi Linier Berganda.....	49
Gambar 4.2 Grafik Pengujian Normalitas Data.....	50

DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1 : Kuesioner Penelitian
- LAMPIRAN 2 : Tabulasi Data Responden
- LAMPIRAN 3 : Karakteristik Responden
- LAMPIRAN 4 : Hasil Tanggapan Responden
- LAMPIRAN 5 : Hasil Output SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas
- LAMPIRAN 6 : Hasil Output SPSS Uji Asumsi Klasik
- LAMPIRAN 7 : Hasil Output SPSS Analisis Linier Berganda
- LAMPIRAN 8 : Hasil Output SPSS Pengujian Hipotesis

*THE INFLUENCE OF BRAND AWARENESS, BRAND LOYALTY AND
PERCIEVED QUALITY ON PURCHASE INTENTION
OF YAMAHA MIO IN SURABAYA*

Bunga Revina Nyana Kumari Natih

2011210917

ungerevina@yahoo.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine and analyze the partial positive influence of independent variables there are Brand Awareness, Brand Loyalty, and Perceived Quality on the dependent variable is Purchase Intention and to examine and analyze the simultaneous positive influence of the independent variables on the dependent variable. The researcher take an object on Yamaha Mio Surabaya. The researcher take an object on Yamaha Mio Surabaya . Researcher used one hundred respondents of sample size by using questionnaires. Researcher use Judgement Sampling for the sampling techniques and using multiple linear regression for the data analysis techniques.

The results of this study, Brand Awareness does not significantly influence on Purchase Intention Yamaha Mio in Surabaya while variable Brand Loyalty and Quality Perceived partially significant influence on Purchase Intentions Yamaha Mio in Surabaya and the second results Brand Awareness , Brand Loyalty and Perceived Quality simultaneously positive influence on Purchase Intention Yamaha Mio in Surabaya

Keywords: *Brand Awareness, Brand loyalty, Percieved Quality, Purchase Intention*