

**PENGARUH NILAI YANG DIRASA, PERSEPSI KUALITAS,  
KEPERCAYAAN MEREK, KESADARAN MEREK  
DAN CITRA MEREK TERHADAP NIAT  
BELI HOLLAND BAKERY  
DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

Ditujukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Sarjana  
Jurusan Manajemen



Oleh :

**NORMASITA**  
**NIM 2011210270**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
SURABAYA  
2015**

**PENGARUH NILAI YANG DIRASA, PERSEPSI KUALITAS,  
KEPERCAYAAN MEREK, KESADARAN MEREK  
DAN CITRA MEREK TERHADAP NIAT  
BELI HOLLAND BAKERY  
DI SURABAYA**

Diajukan oleh :

**NORMASITA**

**2011210270**

Skripsi ini telah dibimbing  
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,  
Tanggal : 14 Agustus 2015



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

# SKRIPSI

## PENGARUH NILAI YANG DIRASA, PERSEPSI KUALITAS, KEPERCAYAAN MEREK, KESADARAN MEREK DAN CITRA MEREK TERHADAP NIAT BELI HOLLAND BAKERY DI SURABAYA

Disusun oleh :

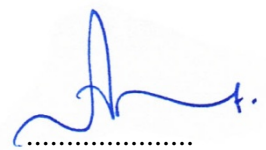
**NORMASITA**

**2011210270**

Dipertahankan di depan Tim Penguji  
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi  
pada tanggal 27 Agustus 2015

Tim Penguji

Ketua : Dra.Ec. Aniek Maschudah Ilfitriah, M.Si



.....

Sekretaris : Dr.Drs. Soni Harsono, Msi



.....

Anggota : Drs.Ec. Harry Widyanoro, Msi



.....

## PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Normasita  
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 11 Oktober 1992  
N.I.M : 2011210270  
Jurusan : Manajemen  
Program Pendidikan : Strata 1  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul : Pengaruh Nilai Yang Dirasa, Persepsi Kualitas,  
Kepercayaan Merek, Kesadaran Merek, dan Citra  
Merek Terhadap Niat Beli Holland Bakery Di  
Surabaya

**Disetujui dan diterima baik oleh :**

Ketua Program Sarjana Manajemen,  
Tanggal : 26 Oktober 2015



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

Dosen Pembimbing,  
Tanggal : 26 Oktober 2015



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

**MOTTO**

**“SUCCESS”**

**“When you have never made a mistake, it means you have not tried anything.”**

## PERSEMBAHAN

Rasa syukur kuucapkan kepada Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW yang senantiasa memberikan anugerah, kesehatan, ilmu yang bermanfaat serta atas pertolonganmu ya Allah aku dapat menempuh pendidikan hingga S1 yang alhamdulillah dapat kuselesaikan dalam waktu 4 tahun (8 semester). Tak lupa pula **SKIRPSI** ini aku persembahkan kepada:

- ④ Teristimewa untuk kedua orang tuaku Bpk. Ridwan, dan Ibu Rachma yang telah membiayai pendidikanku mulai dari TK hingga Sarjana (S1). Berkat do'a dan perhatian serta dukungan mereka yang sangat berarti bagiku, membuatku selalu optimis dalam melangkah menuju masa depan yang lebih baik.
- ④ Untuk kedua kakak ku yang selalu memberikan semangat yang tiada henti-henti nya
- ④ Untuk Mas Hartanto yang selalu meluangkan waktunya untuk menemaniku, memberikan semangat tiada henti, mengantarkanku kemana saja supaya skripsiku cepat selesai, semoga kamu segera menyusul dan dapat nilai yang memuaskan
- ④ Untuk Bapak Dr. Drs. Soni Harsono, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan tenaganya untuk memberikan bimbingan, masukan dan arahan dari awal sampai terselesaikannya skripsi ini.

- ⊕ Untuk Ibu Laila Saleh Marta, S.Psi., M.MT., psikolog selaku dosen waliku yang selalu memberikan banyak pengarahan selama kuliah terutama saat pembagian KHS.
- ⊕ Buat teman-teman seperjuangan, Ismayanti, Wijaya, tius danu, nocin, devi indah dan semua teman-temanku yang tidak bisa aku sebutkan satu persatu yang senantiasa memberi dukungan, membantu dalam berbagai hal selama perkuliahan ini, doaku untuk kalian semoga kalian semua dapat meraih kesuksesan seperti apa yang kalian impikan (Amin Ya Robbal Alamin).
- ⊕ Teman-temanku yang selalu di sampingku di belakangku yang senang tiada henti mengajari, menemani, dan membantu setiap aku ada kesulitan. Terima kasih banyak buat Edwin Dwi Prayogi, S.E, Saiyaf Yar, S.E, Riris Mia, S.E, dan M. Fauzy berkat doa yang tulus dari kalian sehingga aku dapat menyelesaikan study ini.

Untuk semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama perkuliahan sampai penyelesaian tugas akhir / skripsi ini aku ucapkan terima kasih.

## **KATA PENGANTAR**

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan kasih sayangnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Nilai Yang Dirasa, Persepsi Kualitas, Kepercayaan Merek, Kesadaran Merek, dan Citra Merek Terhadap Niat Beli Holland Bakery Di Surabaya”.

Tujuan penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat penyelesaian program pendidikan sarjana strata satu (S1) Jurusan Manajemen Perbankan STIE PERBANAS SURABAYA.

Penulis menyadari bahwaterselesainya skripsi ini tidak terlepas dari dukungan pihak-pihak yang telah membantu kelancaran penulisan skripsi ini. Pada kesempatan kali ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Drs. Soni Harsono, M.Si.selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan tenaganya untuk memberikan bimbingan, masukan dan arahan kepada penulis dari awal sampai terselesaikannya skripsi ini.
2. Ibu Dr.Muazaroh,S.E.,M.T.selaku ketua jurusan S1 Manajemen STIE Perbanas Surabaya.
3. Bapak Lutfi,SE.,M.Fin, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya
4. Laila Saleh Marta,S.Psi., M.MT., psikolog selaku dosen wali.
5. Seluruh Staf Pengajar, Staf Akademika dan Staf Perpustakaan STIE Perbanas Surabaya yang telah membantu penyusunan skripsi ini.



Demikian skripsi ini dibuat semoga dapat berguna bagi semua pihak dan bagi para peneliti yang ingin meneliti objek yang sama pada khususnya.

Surabaya, Oktober 2015

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI SIAP DIUJI .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.5 Sistematika Penulisan .....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	10
2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
2.2 Landasan Teori .....	23
2.3 Kerangka Pemikiran .....	35
2.4 Hipotesis Penelitian .....	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Rancangan Penelitian.....	37
3.2 Batasan Penelitian.....	37
3.3 Identifikasi Variabel .....	38
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	38
3.5 Instrumen Penelitian .....	44
3.6 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	47
3.7 Data dan Metode Penelitian.....	49
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	50
3.9 Teknik Analisis Data .....	51
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....	57
4.1 Gambaran Subyek Penelitian.....	57
4.2 Analisis Data.....	63
4.3 Pembahasan .....	83

BAB V PENUTUP.....	92
5.1 Kesimpulan .....	92
5.2 Keterbatasan.....	92
5.3 Saran .....	93

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 2.1	Matrix Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang .....	21
Tabel 3.1	Matrix Skala Interval.....	44
Tabel 3.2	Matrix Instrumen Penelitian.....	44
Tabel 3.3	Matrix Durbin Watson .....	53
Tabel 4.1	Klasifikasi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Tabel 4.2	Klasifikasi Berdasarkan Jenis Usia .....	59
Tabel 4.3	Klasifikasi Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	60
Tabel 4.4	Klasifikasi Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	61
Tabel 4.5	Klasifikasi Berdasarkan Penghasilan .....	62
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas .....	64
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas .....	65
Tabel 4.8	Matrix Skala Interval.....	66
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Nilai Yand Dirasa .....	66
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Kualitas.....	67
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan Merek .....	68
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kesadran Merek .....	70
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek.....	71
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Niat Beli.....	72
Tabel 4.15	Hasil Uji Normalitas .....	73
Tabel 4.16	Hasil Uji Multikolinieritas .....	74
Tabel 4.17	Hasil Uji Autokorelasi.....	75
Tabel 4.18	Matrix Durbin Watson .....	75
Tabel 4.19	Hasil Uji Regresi Berganda.....	77
Tabel 4.20	Hasil Uji F .....	80
Tabel 4.10	Hasil Uji T .....	81

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Jurnal Acuan .....	11
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Jurnal Acuan .....	13
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran Jurnal Acuan .....	15
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran Jurnal Acuan .....	17
Gambar 2.5 Kerangka Pemikiran Jurnal Acuan .....	19
Gambar 2.6 Kerangka Pemikiran Penelitian .....	35
Gambar 4.1 Scatterplot .....	76

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Kuisisioner
- Lampiran 2 : Tabulasi Data kuisisioner
- Lampiran 3 : Kreteria Responden Berdasarkan Karakteristik
- Lampiran 4 : Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Kecil
- Lampiran 5 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel
- Lampiran 6 : Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 7 : Regresi Linier Berganda

## ABSTRACT

### THE PERCEIVED VALUE EFFECT, QUALITY PERCEPTION, BRAND TRUST, BRAND AWARENESS, AND BRAND IMAGE TOWARD PURCHASE INTENTION OF HOLLAND BAKERY IN SURABAYA

**Normasita**

STIE Perbanas Surabaya  
2011210270

Email: [normasita3@gmail.com](mailto:normasita3@gmail.com)

*Today, Surabaya bakery market have big potential for businessmen although bread is not basic food, bread demand is increasingly. The increase demand of bread followed with the highly development of bakery industry, cookies, and kind of them. The aim of this research is to testify about the perceived value, quality perception, brand trust, brand awareness, and brand image toward purchase intention. The variables which support this study namely perceived value, quality perception, brand trust, brand awareness, and brand image. Technique that used is multiple linear regression and using SPSS analysis tool. Number of respondents that used in this research as high 100. The yield of the research of perceived value, quality perception, brand trust, brand awareness, and brand image have positive effect and significant to purchase intention.*

**Keywords :** *Perceived Value, Quality Perception, Brand Trust, Brand Awareness, and Brand Image*