

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK DAN  
KESADARAN MEREK TERHADAP NIAT BELI  
MAHASISWA PADA SEPATU CONVERSE  
DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

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



Oleh :

**ZELLA PRISCILA SUDJIANTO**

**2010210830**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
SURABAYA  
2014**

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK DAN  
KESADARAN MEREK TERHADAP NIAT BELI  
MAHASISWA PADA SEPATU CONVERSE  
DI SURABAYA**

Diajukan oleh:

**ZELLA PRISCILA SUDJIANTO**

**NIM : 2010210830**

Skripsi ini telah dibimbing  
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen pembimbing,

Tanggal : 23 April 2014



**Dr. Drs. Sonji Harsono M.Si**

# SKRIPSI

## PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK DAN KESADARAN MEREK TERHADAP NIAT BELI MAHASISWA PADA SEPATU CONVERSE DI SURABAYA

Disusun Oleh :

**ZELLA PRISCILA SUDJIANTO**  
**NIM : 2010210830**

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

Tim Penguji

**Ketua : Dra. Lindiawati, M.M.**

**Sekretaris : Dr. Drs. Soni Harsono, M.Si.**

**Anggota : Dr. Basuki Rachmat, SE., M.M.**



## PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Zella Priscila Sudjianto  
Tempat, Tanggal Lahir : Blitar, 21 Mei 1992  
N.I.M : 2010210830  
Jurusan : Manajemen  
Program Pendidikan : Strata 1  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul : PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK DAN KESADARAN MEREK TERHADAP NIAT BELI MAHASISWA PADA SEPATU CONVERSE DI SURABAYA.

**Disetujui dan diterima baik oleh :**

Ketua Program Studi S1 Manajemen,  
Tanggal :



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

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 23 April 2014



(Dr. Drs. Suni Harsono M.Si)

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti naikkan kepada Tuhan YME atas kasih dan karuniaNya sehingga peneliti mampu menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK DAN KESADARAN MEREK TERHADAP NIAT BELI MAHASISWA PADA SEPATU CONVERSE DI SURABAYA”**, dengan tepat waktu.

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

1. Kedua orang tua peneliti yang telah memberikan dukungan baik secara moril maupun materil, menuntun peneliti dengan sabar serta doa restu yang selalu diberikan kepada peneliti.
2. Ibu Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, Psi, M.M, selaku ketua STIE Perbanas Surabaya.
3. Ibu Melliza Silvy, S.E.,M.Si selaku ketua Program Studi Manajemen STIE Perbanas Surabaya.
4. Bapak Drs. Irawan, M.M selaku dosen wali yang telah membimbing peneliti selama menempuh studi di STIE Perbanas Surabaya.
5. Bapak Dr. Drs. Soni Harsono M.Si selaku dosen pembimbing yang berperan sangat penting atas terselesainya penulisan skripsi ini karena banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan pengetahuan sehingga skripsi dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
6. Bapak Ibu Dosen STIE Perbanas Surabaya yang dengan ikhlas memberikan ilmu kepada penulis selama proses pembelajaran.
7. Seluruh Civitas Akademika STIE Perbanas Surabaya.

Akhirnya, peneliti berharap agar skripsi ini dapat menjadi kontribusi positif. Peneliti juga mengharapkan adanya koreksi-koreksi yang membangun agar dapat melahirkan berbagai inovasi dan inspirasi kepada orang lain serta dapat memberikan kontribusi yang jauh lebih baik dari peneliti.

Surabaya, 20 April 2014

Peneliti

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN SIAP DIUJI.....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
MOTTO .....	xii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	xiii
ABSTRAKSI .....	xv
BAB I      PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi .....	9
BAB II     TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu .....	11
2.2 Landasan Teori.....	15
2.3 Kerangka Pemikiran.....	24
2.4 Hipotesis Penelitian.....	25
BAB III    METODE PENELITIAN	
3.1 Rancangan Penelitian .....	26
3.2 Batasan Penelitian .....	26
3.3 Identifikasi Variabel.....	26
3.4 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel .....	27
3.5 Instrumen Penelitian.....	31
3.6 Populasi, Sampel, Dan Teknik Pengambilan Sampel .....	34
3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data.....	35
3.8 Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian .....	36
3.9 Teknik Analisis Data.....	37
BAB IV    GAMBAR SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	
4.1 Gambar Subyek Penelitian.....	41
4.2 Analisis Data .....	45
4.3 Pengujian Hipotesis.....	51
4.4 Pembahasan.....	59

BAB V	PENUTUP	
	5.1 Kesimpulan.....	65
	5.2 Keterbatasan Penelitian.....	65
	5.3 Saran.....	66

DAFTAR PUSTAKA



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Top Brand Index (TBI)	6
Tabel 2.1 Persamaan dan PerbedaanPeneliti Terdahulu dengan PenelitianSaat Ini	14
Tabel 2.2 Manfaat Merek Bagi Produsen dan Konsumen	16
Tabel 3.1 Kisi-kisi Kuesioner	32
Tabel 4.1 Identitas Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 4.2 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan	43
Tabel 4.4 Identitas Responden Berdasarkan Lama Menggunakan	44
Tabel 4.5 Interval Class	45
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap Variabel Citra Merek	46
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepercayaan Merek	47
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap Variabel Kesadaran Merek	48
Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap Variabel Niat Beli	48
Tabel 4.10 Uji Validitas Sampel Kecil	49
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas Sampel Kecil	50
Tabel 4.12 Hasil Perhitungan Persamaan Regresi Linier Berganda	51
Tabel 4.13 Koefisien Determinasi Simultan	53
Tabel 4.14 Hasil Perhitungan Koefisien Kolerasi dan Determinasi Parsial	54
Tabel 4.15 Hasil Analisis Uji Simultan (Uji F)	55
Tabel 4.16 Ringkasan Hasil Uji t dan Koefisien Determinan Parsial	56

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Reza Jalilvand, Neda Samiei (2012)	12
Gambar 2.2 Kerangka Muhammad Yasin dan Amjad Shamim (2013)	13
Gambar 2.3 Kerangka Nazia Yaseen <i>et al.</i> (2011)	13
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran	24

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Identitas Responden
- Lampiran 3 : Analisis Deskriptif Karakteristik Responden
- Lampiran 4 : Analisis Deskriptif Tanggapan Responden
- Lampiran 5 : Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Kecil dan Besar
- Lampiran 6 : Teknik Analisis Data
- Lampiran 7 : Jadwal Penulisan Skripsi

# MOTTO

With God all things are possible

---

Matthew 19:26

## PERSEMBAHAN

# Jesus Christ

Thankyou Lord for Your awmahzing Grace, buat segalanya Tuhan udah cukupi, kasih sehat, kasih orang2 yang baik yang mau bantu. Buat kasih karunia yg ga pernah berhenti.

# Family

Papimami aaah! My best parent in da world, thankyou nyakbabe buat cintaaaaaanya, buat segala dukungan, semua doa yg ga pernah berhenti. kakak kakak gue Setyo, Yacob haha yg baik dan sangat baik utk semuanya :) mbak itha mwahmwah!! Cindut penyemangatku jugaaa~ Sayang kalian. Asik ;p

# My Close Friend

Rizki Novi belahan hatiku yg mengertiku selalu, terimakasih beb utk segalanya, buat perhatian, dukungan, waktu.. makasi buat nasehat, apapun riz.. semua sist hha mwah!

Nur Yatiku sayang haha temen seperjuangan yang super biik bingit dih iloveyou!! Makasi utk segala sesuatu yang kamu lakuin, makasi buat bantuannya selama ini, waktu juga utk dengerin cerita ttg yuyung hhay

Zaenal abangijo koko thankyou buat segalanya, temen yang gaa ada duanya dalam segala hal hehee

Taufik Fajar makasih koko wek yg baik hati nan menawan yang suka bal bal gombal ;p makasih buat semuanya..

Subi!! Makasih untuk semua peran, kontribusi kebaikan dan bantuannya ya. Gaada kamu kayaknyaa ga lengkap rasa skripsinya. Makasi untuk waktu, untuk semuanya. Alay sih suka biru tapi terbaik!

# Marketing *and* others

khusus temen **sekamar!** Dora, lukman, fahmi, Gona, Aditya mahardika, aw aw rasanya makin lengket ya sist gan hehe makasi buat waktu bobo belcama yg bikin kita ujungnya sukses bareng :)" utk temen2 marketing lainnya siapapun Goodluck for us :)

bagas, desi, metty, fitria, riana, haris, farah, putih, eric, maaf kalo ada yg ga disebut \*haha sok artess

bapak2 pramubakti – pakcak // masmas yg markir // tante tante jus HAHA

## partner in Christ

Angel Valencia, Reinaldo, Jeremy, Jessica, Prisca, Lussiana, Eric, Ito, Ezra, Bernad, Alice, semua temen2 Youth Bethany Sier yg udah bantu, denger sharing juga, bantu doa juga makaaaaasih! :3

## amoureux

gerangan pujaanhatiyangselaludipuji HAHAHA suwun nggeh, buat waktunya, buat bantuannya, buat kasih chayanknya HAHAHAHA buat supportnya, buat sabarnya, buat cueknya yg ga terganti dan tetap dihati. Sedeeeeeep sist ~ je t'aime beaucoup yrly.

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, BRAND TRUST, BRAND  
AWARENESS ON PURCHASING INTENTION  
OF STUDENTS IN SURABAYA***

***ABSTRACT***

*The background of this study is the people's need of exercise by using sneakers shoes. Furthermore, sneakers these days can also be used in many occasions. Therefore, this study is conducted to test whether or not brand image, brand trust, brand awareness have influence on student's purchasing intention upon converse in Surabaya. The sampling technique with judgement sampling method, while the samples are existing students in Surabaya. The data collecting method used in this study is by questionnaires, taken from 100 respondents who meet the study criteria. Descriptive analysis is adopted by using SPSS 19 software for windows, while the data analysis technique used is multiple linear regression. The result shows that brand awareness has positive significant effect on purchasing intention, while brand image and brand trust have no significant effect on purchasing intention.*

*Keyword : brand image, brand trust, brand awareness, and purchase intention*