

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK DAN CITRA MEREK
TERHADAP NIAT BELI KOPI KAPAL API
DI SURABAYA**

S K R I P S I

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



Oleh :

DEDDY SETIAWAN

2011210708

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

2015

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK DAN CITRA MEREK
TERHADAP NIAT BELI KOPI KAPAL API
DI SURABAYA**

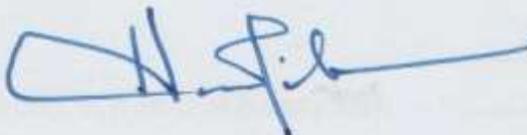
Di ajukan Oleh :

DEDDY SETIAWAN

NIM : 2011210708

Skripsi ini telah di bimbing
dan di nyatakan siap di ujikan

Dosen Pembimbing,
Tanggal : 04 Agustus 2015



Dr. Drs. M. Nadjib Usman, MM.

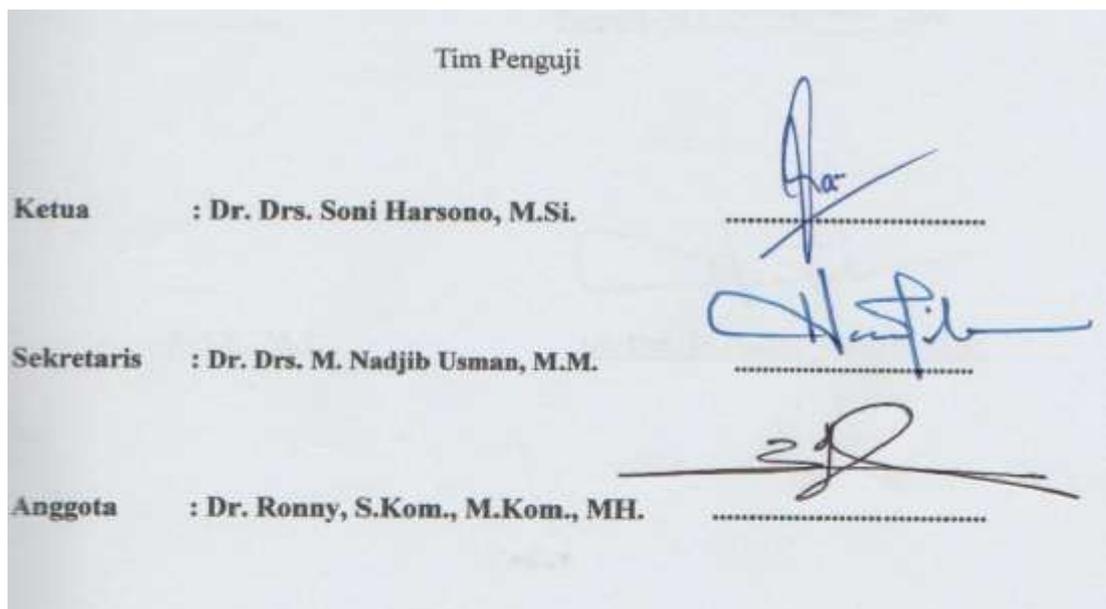
S K R I P S I
PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK DAN CITRA MEREK
TERHADAP NIAT BELI KOPI KAPAL API
DI SURABAYA

Di susun Oleh :

DEDDY SETIAWAN

NIM : 2011210708

Di pertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal 14 - 08 - 2015



PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Deddy Setiawan
Tempat, tanggal lahir : Surabaya, 09 mei 1992
N.i.m : 2011210708
Jurusan : Manajemen
Program pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Pemasaran
Judul : Pengaruh Kepercayaan Merek dan citra Merek terhadap Niat Beli Kopi Kapal Api di Surabaya

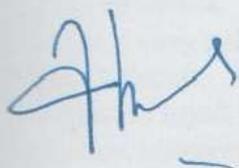
Di Setujui dan di terima baik oleh :

Ketua Program Studi S1 Manajemen

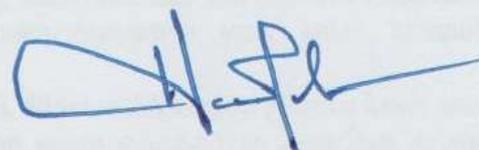
Dosen Pembimbing

Tanggal :

Tanggal : 22 September 2015



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



Dr. Drs. M. Nadjib Usman, M.M.

MOTTO & PERSEMBAHAN

Motto

Dalam Sholatku selama 40 tahun, aku tak pernah lupa mendoakan guruku yang bernama imam syafi'i. Itu kulakukan karena aku memperoleh ilmu dari Allah melalui beliau.

(Yahya bin Said al- Qathan)

يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.(Al Mujadalah (58):11)

Persembahan

Alhamdulillah, atas rahmat dan hidayah-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Karya sederhana ini ku persembahkan untuk,

- Orang tuaku tercinta, **Ayah (H. Baderi) : Ayah terbaik Dunia Akhirat** , Ayah yang tidak pernah berhenti mendoakan anaknya, mengingatkan untuk sholat dan mengaji. Ayah yang menjadi tempat diskusiku. Penghilang kesedihanku, penyemangatku, dan guru terbaikku.
- dan **Ibu (Hj. Sofiamami) : Ibu paling hebat dunia Akhirat.** Ibu yang selalu sabar, terimakasih atas segala cinta, kasih sayang yang amat sangat tulus untukku. Doa yang selalu Ibu panjatkan untuk kebaikan dan kebahagiaanku. Ibu inspirasiku, motivasiku, dan guru terbaikku, Yang selalu mengingatkan untuk mengaji dan sholat lima waktu.
- Saudara-saudaraku tercinta (**Arya Pradana Putra S.H.**): **Mas terbaikku**, yang menjadi teladan bagiku. (**Ika Mayasari S.E.**): **Mbak superku**, Motivasi Skripsiku, Mbak tempat curhatku, yang selalu memotivasi dan menyemangatiku,. (**Rizka Lailatul Badriyah**) **adik tersayangku**, adik penyemangatku, cerewet, inspirasiku, yang sekarang masih menimba ilmu di pesantren ngalah Pasuruan
- Sepupu-sepupuku, **Pi'ol (butak 1)**, **Ari (markembon)**, terima kasih atas motivasi Leluconya yang gak nyambung sama sekali yang selalu ada dan memberikan keceriaan dalam hidupku. **Andri, Hari, Arfani** sepupuku semuanya yang kalau kumpul bercandanya kayak Kapal Pecah
- Buat Genk Minnion Prul (**Anggun, Adel, Hendri, Bima, mbk Greda**) terima kasih atas motivasi Canda Tawa Kalian lop yu puul, yang selalu memberikan keceriaan dalam hidupku Ketika di kampus. Terima kasih semua atas kekompakan kalian.
- Buat Teman ku yang lainya Mas Arip, Aan, Shella, Rita, Kiky, kalian biasa di luar eh,, Kalian luar biasa, terimakasih atas kekompakan kalian
- Buat Tim Marketing Festival Kenangan Pasti muncul kelak,

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur ke Hadirat Allah SWT, karena berkat limpahan Rahmat dan Karunia-nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan Judul “Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Niat Beli Kopi Kapal Api Di Surabaya”

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

1. Allah SWT yang selalu memberikan Rahmat, Nikmat, Taufik, serta Hidayahnya sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
2. Kedua Orang Tua peneliti yang telah memberikan dukungan sepenuhnya, mulai dari materiil maupun non materiil, serta doa restu yang selalu di berikan kepada peneliti.
3. Dr. Drs. M.Nadjib Usman, M.M. selaku dosen pembimbing peneliti yang berperan banyak atas selesainya penulisan skripsi ini karena banyak meluangkan waktu, tenaga serta fikiranya untuk memberikan bimbingan kepada peneliti sehingga peneliti dapat mengerjakan dan menyelesaikan skripsi dengan baik.
4. Dr. Basuki Rachmat, S.E., M.M. selaku dosen wali peneliti yang telah

membimbing selama menempuh studi di STIE PERBANAS Surabaya.

5. Bapak Lutfi,S.E., M.Fin. selaku ketua STIE PERBANAS Surabaya.
6. Ibu Dr. Muazaroh,S.E., M.T. Selaku ketua jurusan Manajemen
7. Bapak Ibu dosen pemasaran STIE PERBANAS Surabaya yang dengan ikhlas memberikan ilmu kepada peneliti selama proses pembelajaran.
8. Seluruh Staff Administrasi STIE PERBANAS Surabaya yang telah membantu selesainya Skripsi ini.

Akhir kata, peneliti berharap agar skripsi ini dapat menjadi kontribusi yang baik untuk ke depannya. Berharap terdapat saran-saran yang membangun agar dapat melahirkan berbagai motivasi kepada orang lain serta dapat memberikan kontribusi yang jauh lebih baik bagi peneliti.

Surabaya, 28 Juli 2015

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP UJI.....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO & PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK/RINGKASAN.....	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan Laporan.....	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Teori.....	16
2.3 Kerangka Pemikiran.....	26
2.4 Hipotesis Penelitian.....	27

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian.....	28
3.2 Batasan Penelitian.....	29
3.3 Identifikasi Variabel Penelitian.....	29
3.4 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel.....	29
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	35
3.6 Instrumen Penelitian.....	36
3.7 Data dan Pengumpulan Data.....	37
3.8 Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	38
3.9 Teknik analisis data.....	39

BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

4.1 Gambaran Subyek Penelitian.....	49
4.2 Analisis Data.....	52
4.3 Pembahasan.....	70

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	75

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1	: Penjualan kopi Kapal Kapal Api di indonesia.....	4
Tabel 1.2	: Top Brand penjualan Kopi bubuk berampas di indonesia.....	6
Tabel 2.1	: Perbandingan dengan Penelitian terdahulu.....	15
Tabel 3.1	: Kisi-Kisi Kuesioner.....	34
Tabel 4.1	: Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4.2	: Usia.....	50
Tabel 4.3	: Pekerjaan.....	51
Tabel 4.4	: Interval Class	52
Tabel 4.5	: Penilaian Variabel Kepercayaan.....	53
Tabel 4.6	: Penilaian Variabel Citra Merek.....	54
Tabel 4.7	: Penilaian Variabel Niat Beli.....	56
Tabel 4.8	: Hasil Uji Validitas Sampel Besar.....	58
Tabel 4.9	: Hasil Uji Reliabilitas Sampel Besar.....	59
Tabel 4.10	: Hasil Uji Multikolinearitas.....	62
Tabel 4.11	: Kriteria Metode Durbin Watson	63
Tabel 4.12	: Hasil Uji Auto Korelasi.....	63
Tabel 4.13	: Durbin Watson Test Bound.....	63
Tabel 4.14	: Hasil Analisis Uji Simultan.....	66
Tabel 4.15	: Hasil Uji Parsial (Uji T).....	67
Tabel 4.16	: Hasil Uji (R^2).....	68

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran Farman Afzal.....	13
Gambar 2.2 : Kerangka Pemikiran Syed Saad Hussain.....	14
Gambar 2.3 : Kerangka pemikiran saat ini.....	27
Gambar 4.1 : Hasil Uji Normalitas.....	61
Gambar 4.2 : Hasil Uji Heteroskedstisitas.....	65

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Tabulasi Data
- Lampiran 3 : Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 4 : Hasil Output Uji Hipotesis
- Lampiran 5 : Hasil Output SPSS Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 6 : Tanggapan dan Karakteristik Responden

The Influence Of Brand Trust And Brand Image On Purchase Intention Coffee of Kapal Api In Surabaya

DEDDY SETIAWAN

2011210708

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya
Jurusan Manajemen Pemasaran

Email : 2011210708@students.perbanas.ac.id

Abstract

This study discusses the brand trust and brand image on purchase intention Coffee of kapal api in Surabaya.

The purpose of this research are: 1) To examine the effect of brand trust on purchase intention coffee “Kapal Api” 2) To examine the influence of the brand image on purchase intention coffee “Kapal Api” . 3) To examine the simultaneous effect of brand trust and brand image on purchase intention coffee “Kapal Api” . researchers used a quantitative approach based on a survey with a sample of convenience sampling and purposive sampling. This study of 100 consumers taken Coffee “Kapal Api” in Surabaya while data collected using a questionnaire and analyzed using SPSS 16.0 Results showed that the Trust brand have a positive impact not significanton to purchase intentions. Then the brand image also have a positive impact not significanton to purchase intention. Simultaneously, brand trust and brand image have a positive impact and no significant effect on purchase intentions. It can be said that respondents feel agree with the Brand Trust and a good brand image of the products coffee “Kapal Api”. but the assessment of consumers who agree on Coffee “Kapal Api”, did not much affect the consumers to make purchase Intention.

Keywords : Brand trust, brand image, purchase intention