

**PENGARUH KESADARAN MEREK, KEPERCAYAAN MEREK,
PENGALAMAN MEREK, DAN KUALITAS YANG DIRASA
TERHADAP NIAT BELI YAMAHA MIO DI SURABAYA**

SKRIPSI

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



Oleh:

MOCH HANDIKA ADIYAKSA ISKANDAR
NIM: 2009210205

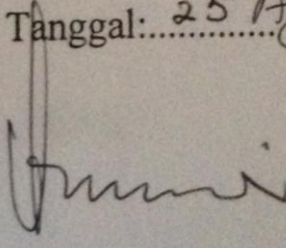
**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2015**

**PENGARUH KESADARAN MEREK, KEPERCAYAAN MEREK,
PENGALAMAN MEREK, DAN KUALITAS YANG DIRASA
TERHADAP NIAT BELI YAMAHA MIO DI SURABAYA**

Diajukanoleh:

MOCH HANDIKA ADIYAKSA ISKANDAR
NIM: 2009210205

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing
Tanggal:.....25 Agust. 2015


(Dra. Lindiawati, M. M)

SKRIPSI

PENGARUH KESADARAN MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, PENGALAMAN MEREK, DAN KUALITAS YANG DIRASA TERHADAP NIAT BELI YAMAHA MIO DI SURABAYA

Disusunoleh:

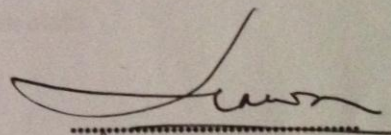
MOCH HANDIKA ADIYAKSA ISKANDAR
NIM: 2009210205

Dipertahankan di depan Tim Penguji
Dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal 28 agustus 2015

Tim Penguji

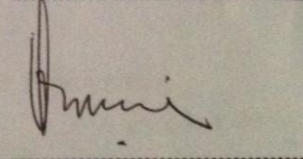
Ketua :

Drs. Irawan, M.M.



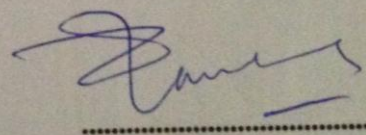
Sekretaris :

Dra. Lindiawati, M.M.



Anggota :

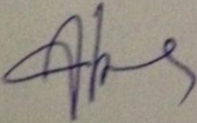
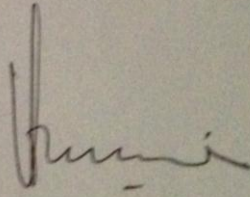
Dra. Psi. Tjahjani P., M.M.



PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Moch Handika Adiyaksa Iskandar
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 15 Januari 1991
N.I.M : 2009210205
Jurusan : Manajemen
Program Studi : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Kesadaran Merek, Kepercayaan Merek,
Pengalaman Merek, dan Kualitas Yang Dirasa
Terhadap Niat Beli Yamaha Mio Di Surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh:

Ketua program studi S1 Manajemen	Dosen Pembimbing
Tanggal : <u>5 November 2015</u>	Tanggal : <u>30 Oktober 2015</u>
	
<u>(Dr. Muazaroh, S.E., M.T.)</u>	<u>(Dra. Lindiawati, M.M)</u>

Motto

"I walk slowly, but I never walk backward"

Skripsi ini aku persembahkan untuk :

ALLAH SWT

Segala puji bagi ALLAH SWT atas karunianya yang tiada batas sehingga telah memberikan jalan serta atas izin nya untuk bisa menempuh pendidikan sampai saat ini dan senantiasa memberikan rahmat & lindungannya, atas izinnya juga hingga terselesaikan skripsi ini dengan baik

Kedua Orang Tua ku

yang telah melahirkanku, merawat dan mendidik dengan sabar memberikan kasih sayang yang tanpa batas, memberikan semangat spiritual serta dorongan untuk dapat menjadi anak yang berbakti kepada orang tua insya Allah apa yang kalian lakukan saat ini sudah lebih dari cukup...

Dosen Pembimbing

Untuk ibuku dosen pembimbing bu Lindi terimakasih atas segala waktu dan juga ilmu yang di berikan yang senantiasa mengajari kami dengan kesabaran, ikhlas dan tulus dalam memberikan ilmunya...semoga kami bisa menjadi seperti sosok beliau dengan ilmu yang bermanfaat dan kerendahan hati yang dimiliki..

Tim Dosen Perbanas

Untuk para penguji pak Irawan , bu Cahyani serta pak rony terimakasih atas perasaan nerves akan kesan sidang pertama saya ... dimana pengalaman itu masi teringat sampai sekarang hehe..
Terimakasih bu Aniek selaku dosen wali saya yang tetep memberikan saran dan juga bimbingan untuk perkuliahan hingga saat ini

Teman - Teman Seperjuangan GRUP Line "Skripsi Kekinian"

Untuk para fosil Perbanas angkatan tua tua yang belum lulus juga dan lagi berjuang bareng mulai 2008-2011 PEMASARAN, PERBANKAN, KEUANGAN termakasih guys.. atas segala info di grup line skripsi..untuk saran nya semangatnya dan kekompakan kalian ...walau sampe ad leafchat gara2 keganggu sama kalian yang kadang ngasi info gak penting..

Kita bakal kangen banget sama masa-masa kuliah ..setelah ini kita menentukan jalan hidup dan cita - cita kita yang lain
Keep kompak and i love you ..

Teman - teman dekat

Untuk mas Rimas, Reno terima kasih atas dukungan, omongan kasar kalian, saya mencoba memahami setiap perkataan kalian apalagi kalau pas lagi marah - marah, entah itu untuk membantu saya atau memang itu kebiasaan kalian. Saya selalu memahami hal itu dengan positif, dengan perkataan kalian, ide - ide kalian bahwa saya tidak boleh untuk menyerah. Untuk kiki wicaksono, dea, andhika pramana, karina anastasya, faris bahasuan, ari wicaksono, nes, dan lain lain, terima kasih banyak atas dukungan kalian.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, taufiq dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kesadaran Merek, Kepercayaan Merek, Pengalaman Merek, Dan Kualitas Yang Dirasa Terhadap Niat Beli Yamaha Mio Di Surabaya. Maksud dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi dan melengkapi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan pada program studi S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.

Dalam menyusun skripsi ini, penulis memperoleh bantuan, bimbingan dan pengarahan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Lutfi, S.E., M.Fin, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
2. Dr. Muazaroh, S.E., M.T., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
3. Ibu Dra. Lindiawati, M. M., selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar dan sepenuh hati membimbing dan memberi petunjuk sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Bapak serta Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya. yang telah mendidik dan membimbing penulis selama mengikuti kuliah.

5. Kedua orang tuaku, yang telah memberikan dorongan baik moril, materiil maupun spirituil untuk menyelesaikan skripsi ini
6. Saudara-saudaraku semua, yang juga terus memberikan dukungan demi terselesaikannya skripsi ini.
7. Temanku semua di jurusan Manajemen angkatan 2009-2012 yang telah memberikan motivasi dalam pembuatan skripsi ini
8. Semua pihak terkait yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu

Akhirnya penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang bersangkutan.

Surabaya, 29 Oktober 2015

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI.....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori.....	13
2.2.1 Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>)	13
2.2.2 Kepercayaan Merek (<i>Brand Trust</i>)	15
2.2.3 Pengalaman Merek (<i>Brand Experience</i>)	16
2.2.4 Kualitas yang Dirasa (<i>Perceived Quality</i>).....	18
2.2.5 NiatBeli (<i>Purchase Intention</i>).....	19
2.3 Kerangka Pemikiran.....	21
2.4 Hipotesis Penelitian.....	22
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Rancangan Penelitian	23
3.2 Batasan Penelitian	24
3.3 Identifikasi Variabel.....	24
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	24
3.5 Instrumen Penelitian.....	28
3.6 Populasi, Sampel, Dan Teknik Pengambilan Sampel	29
3.7 Datadan Metode Pengumpulan Data.....	31
3.8 Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen Penelitian	33
3.8.1 Uji Validitas	33
3.8.2 Uji Reliabilitas	33

3.9	Teknik Analisis Data.....	34
3.9.1	Analisis Statistik	34
3.9.2	Analisis Deskriptif	34
3.9.3	Uji Normalitas	34
3.10	Uji Hipotesis	39

BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

4.1	Gambaran Subyek Penelitian	43
4.2	Analisis Data	45
4.2.1	Analisis Deskriptif	45
4.2.1.1	Analisis Deskriptif Variabel Kesadaran Merek	46
4.2.1.2	Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan Merek	47
4.2.1.3	Analisis Deskriptif Variabel Pengalaman Merek.....	48
4.2.1.4	Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Yang Dirasa	49
4.2.1.5	Analisis Deskriptif Variabel Niat Beli	50
4.2.2	Uji Validitas	51
4.2.3	Reliabilitas	54
4.2.4	Uji Asumsi Klasik.....	55
4.2.5	Analisis Regresi Linier Berganda	57
4.2.6	Uji Hipotesis	59
4.3	Pembahasan.....	61

BAB V PENUTUP

5.1.	Kesimpulan	68
5.2.	Keterbatasan Penelitian.....	70
5.3.	Saran.....	70

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Grafik Penjualan Sepeda Motor Matic di Indonesia	3
Tabel 1.2	Data TBI Sepeda Motor Matic	4
Tabel 2.1	Perbandingan Penelitian Terdahulu Dengan Sekarang	12
Tabel 3.1	Kisi-Kisi Kuesioner.....	29
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden	43
Tabel 4.2	Usia Responden.....	44
Tabel 4.3	Pekerjaan Responden	44
Tabel 4.4	Rata-rata Jawaban Responden.....	46
Tabel 4.5	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kesadaran Merek (X ₁).....	46
Tabel 4.6	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan Merek (X ₂).....	47
Tabel 4.7	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pengalaman Merek (X ₃).....	48
Tabel 4.8	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Yang Dirasa (X ₃).....	49
Tabel 4.9	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Niat Beli (Y)...	50
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Variabel Kesadaran Merek.....	52
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Merek.....	52
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas Variabel Pengalaman Merek	53
Tabel 4.13	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Yang Dirasa.....	53
Tabel 4.14	Hasil Uji Validitas Variabel Niat Beli	54

Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 4.16 Hasil Uji Statistik Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....	55
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinieritas	56
Tabel 4.18 Hasil Uji Heteroskedastisitas	56
Tabel 4.19 Hasil Analisis Regresi	57
Tabel 4.20 Hasil Uji F.....	59
Tabel 4.21 Hasil Uji t.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran Penelitian Terdahulu 1	9
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran Penelitian Terdahulu 1	11
Gambar 2.3	Kerangka Pemikiran.....	21
Gambar 3.1	Daerah Penerimaan H_0 dan Penolakan H_0 Uji F.....	40
Gambar 3.2	Daerah Penerimaan H_0 dan Penolakan H_0 Uji t.....	42

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Hasil Tabulasi Jawaban Responden
- Lampiran 3 Frekuensi Jawaban Responden
- Lampiran 4 Hasil Analisis Statistik Deskriptif
- Lampiran 5 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 7 Asumsi Klasik dan Analisis Regresi Linear Berganda
- Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis
- Lampiran 9 Tabel Korelasi Pearson
- Lampiran 10 Durbin Watson (DW), $\alpha = 5\%$
- Lampiran 11 Tabel Distribusi Nilai F
- Lampiran 12 Tabel t

THE INFLUENCE OF BRAND AWARENESS, BRAND TRUST, BRAND EXPERIENCE, AND PERCEIVED QUALITY ON PURCHASE INTENTION OF YAMAHA MIO IN SURABAYA

*Moch Handika Adiyaksa Iskandar
Mahasiswa Fakultas Ekonomi, Manajemen
STIE Perbanas Surabaya*

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine the direct effect of brand awareness, brand trust, brand experience, and perceived quality on purchase intention of Yamaha Mio in Surabaya. According to population characteristic, then this study analyzing a set of 100 respondent. This study uses the non-probability sampling technique with criteria respondent that has a dominant role in purchase decision of Yamaha Mio in Surabaya. This study uses the multiple regression analysis programming with spss 20.0 for windows software to show that brand awareness has a significant direct effect on purchase intention of Yamaha Mio in Surabaya partially. Then, brand trust has a significant direct effect on purchase intention of Yamaha Mio in Surabaya partially. Then, brand experience has a significant direct effect on purchase intention of Yamaha Mio In Surabaya, and also perceived quality has a significant direct effect on purchase intention of Yamaha Mio in Surabaya partially. The result showed that insignificant influence of brand awareness, brand trust, and brand experience whereas significant influence of perceived quality on purchase intention partially.

Key words: Influence ; Brand Awareness ; Brand Trust ; Brand Experience ; Perceived Quality ; Purchase Intention ; Yamaha Mio in Surabaya