

**PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK, DAN *BRAND*
IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM
KEMASAN AQUA DI DESA JEMUNDO KECAMATAN TAMAN
SIDOARJO**



Oleh:

MERY OKY ZUFI YANTI

NPM: 12.1.02.05499

Program Studi: Manajemen

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2016

PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN AQUA DI DESA JEMUNDO KECAMATAN TAMAN SIDOARJO

Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi: Manajemen

Konsentrasi: Manajemen Pemasaran



Oleh:

MERY OKY ZUFI YANTI

NPM: 12.1.02.05499

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
STIESIA SURABAYA**

2016

**PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK, DAN
BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR
MINUM DALAM KEMASAN AQUA DI DESA JEMUNDO
KECAMATAN TAMAN SIDOARJO**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**MERY OKY ZUFI YANTI
NPM: 12.1.02.05499**

Telah Dipertahankan Didepan Tim Penguji
Pada Tanggal 19 Maret 2016

Susunan Tim Penguji :

Ketua : Dr. Hendri Soekotjo, S.E., M.M.

Anggota : 1. Dra. Ec. Sri Utiyati, M.M.

2. Marsudi Lestariningsih, Ir. M.Si.

Dinyatakan memenuhi syarat dan diterima

Oleh:

Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi S1 Manajemen


Dr. Hendri Sukotjo, S.E., M.M.


Dra. Tri Yuniati, M.M.



Dr. Akhmad Riduwan, S.E., M.S.A., Ak., CA.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : MERY OKY ZUFI YANTI

N.P.M. : 12.1.02.05499

menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN AQUA DI DESA JEMUNDO KECAMATAN TAMAN SIDOARJO

dan dimajukan untuk diuji pada tanggal 19 Maret 2016, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, 19 Maret 2016

Yang membuat pernyataan,



Mery Oky Zufi Yanti

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. MAHASISWA

Nama : MERY OKY ZUFI YANTI
NPM : 12.1.02.05499
Program Studi : Manajemen Pemasaran
Tempat/Tanggal Lahir : Sidoarjo, 18 Oktober 1994
Agama : Islam
Jumlah Saudara/Anak ke : 4/4
Alamat Rumah : Jl. Sawunggaling 1 15/3 Taman, Sidoarjo
Status : Belum Menikah

B. ORANG TUA

Nama : DJUNAEDI
Alamat Rumah/Telepon : Jl. Sawunggaling 1 15/3 Taman, Sidoarjo
Alamat Kantor/Telepon :-
Pekerjaan/Jabatan : Swasta

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD di SDN Jemundo II tahun 2006
2. Tamat SLTP di SMP YPM 1 TAMAN tahun 2009
3. Tamat SLTA di SMA Wachid Hasyim 2 Taman tahun 2012
4. Pendidikan Tinggi (PT)

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Surabaya	I-VII	2016	-

D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat/Golongan	Jabatan
-	-	-	-

Dibuat dengan sebenarnya

Foto

MERY OKY ZUFI YANTI

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikumWr. Wb.

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT atas kehadiran-Nya yang telah memberikan rahmat, karunia serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN AQUA DI DESA JEMUNDO KECAMATAN TAMAN SIDOARJO”**. Skripsi ini disusun dan diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan penyelesaian program sarjana strata satu (S1) STIESIA Surabaya.

Dalam kesempatan ini, penulis dengan senang hati dan penuh hormat menyampaikan terimakasih kepada semua pihak terkait secara langsung maupun tidak langsung, yang telah mendukung dan membantu penulis selama menjalani perkuliahan dan selama proses penyelesaian skripsi ini:

1. Bapak Dr. Akhmad Riduwan, S.E., M.S.A., Ak., CA. Selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Ibu Dra. Tri Yuniati, M.M. Selaku Ketua Program Studi Manajemen.
3. Bapak Dr. Hendri Sukotjo, S.E., M.M. Selaku dosen pembimbing yang selalu bijaksana dalam membimbing, memberikan saran, serta memberikan pengarahan yang tepat dan sangat bermanfaat dalam penulisan skripsi saya, sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

4. Seluruh dosen STIESIA Surabaya yang telah membekali penulis dengan berbagai ilmu selama mengikuti perkuliahan sampai akhir penulisan skripsi.
5. Seluruh staf, dan karyawan akademik STIESIA Surabaya yang turut membantu hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
6. Kepada bapak Sabino Mariono, S.Sos. Selaku Camat Kecamatan Taman yang telah banyak membantu, dan memberikan ijin riset serta bimbingannya.
7. Kepada kedua Orang Tua tercinta, yang selalu memberikan dukungan, cinta dan kasih sayang dengan tulus dan ikhlas yang tak pernah lelah mendidik dan membimbing penulis semenjak kecil, serta atas jasa-jasanya, kesabaran, dan dalam setiap doanya yang tiada henti untuk penulis.
8. Johandi, Heny, Rudi, Ida, Hose dan keluarga besar tercinta yang telah memberikan cinta, semangat dan do'a sehingga terselesaikannya skripsi ini.
9. Untuk Ramang Umarellah yang selalu mendo'akan, memberikan semangat, kebersamaannya dalam membantu penulis dalam banyak hal, serta meluangkan waktunya untuk penulis.
10. Para kawan-kawan SM-4 Tika, Aulia, Dian, Ike, Ariska, Risti, Yeni, Prita, Febby, Ayu, Lydia, Ningrum, Nurul, Arno, Andrean, Okky, Septian Eka, Fitriono dan masih banyak yang tidak saya sebutkan terimakasih atas do'a dan semangatnya yang kalian berikan sehingga terselesaikannya skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini penulis telah berusaha semaksimal mungkin, namun penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun semangat penulis. Harapan dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata besar harapan penulis semoga skripsi ini dapat membantu menunjang perkembangan ilmu pengetahuan serta memberikan manfaat yang berguna. Sebagai sumbangan pikiran yang berharga bagi yang berkepentingan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surabaya, 2 Maret 2016

Penulis

MERY OKY ZUFI YANTI



DAFTAR ISI

HALAMAN

HALAMAN SAMPUL LUAR SKRIPSI.....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM SKRIPSI.....	ii
HALAMAN JUDUL SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
INTISARI.....	xviii
<i>ABSTRACT</i>	xix
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	6

BAB II. TINJAUAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Teoritis.....	8
2.1.1 Definisi Merek.....	8
2.1.2 Definisi Kesadaran Merek.....	14
2.1.3 Definisi Asosiasi Merek.....	21
2.1.4 Definisi <i>Brand Image</i>	25
2.1.5 Definisi Keputusan Pembelian.....	27
2.1.6 Hubungan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian..	41
2.1.7 Hubungan Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian....	41
2.1.8 Hubungan <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	41
2.1.9 Penelitian Terdahulu.....	41
2.2 Rerangka Pemikiran.....	47
2.3 Perumusan Hipotesis.....	47

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi Penelitian.....	48
3.1.1 Jenis Penelitian.....	48
3.1.2 Populasi dan Sampel.....	48
3.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	49
3.2.1 Ukuran Sampel.....	49
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.3.1 Jenis dan Sumber Data.....	50
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	51
3.4.1 Identifikasi Variabel Penelitian.....	51

3.4.2	Identifikasi Variabel Operasional Variabel.....	51
3.5	Teknik Analisis Data.....	56
3.5.1	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	56
3.5.2	Regresi Linier Berganda.....	57
3.5.3	Uji Asumsi Klasik.....	58
3.5.4	Uji Simultan.....	59
3.5.5	Uji Koefisien Determinasi Berganda (R^2).....	60
3.5.6	Uji Parsial.....	61
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Hasil Penelitian.....	62
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	62
4.1.2	Analisis Deskriptif Responden.....	66
4.1.3	Analisis Deskriptif Variabel.....	67
4.1.4	Uji Validitas & Reliabilitas.....	77
4.1.5	Analisis Regresi Linier Berganda.....	80
4.1.6	Uji Asumsi Klasik.....	81
4.1.7	Uji <i>Goodness of Fit</i>	84
4.1.8	Pengujian Hipotesis Dengan Uji t.....	87
4.2	Pembahasan.....	88
4.2.1	Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	88
4.2.2	Pengaruh Asosiasi Merek Terhadap Keputusan pembelian.....	89
4.2.3	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	89

BAB V. PENUTUP

5.1 Simpulan.....91

5.2 Saran.....91

JADWAL PENELITIAN

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel

1. Brand Index Kategori Air Minum Dalam Kemasan.....	4
2. Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	46
3. Konsep, Variabel, Indikator, Item.....	55
4. Portofolio Produk.....	65
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
6. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	66
7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	67
8. Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Puncak Pemikiran.....	68
9. Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Pengingatan Kembali Merek.....	69
10. Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Pengenalan Merek.....	69
11. Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Atribut.....	70
12. Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Manfaat.....	71
13. Jawaban Responden Berdasarkan Indikator <i>Attitude</i>	72
14. Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Citra Pembuat/Perusahaan.....	73
15. Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Citra Pemakai.....	73
16. Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Citra Produk.....	74
17. Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Keputusan Tentang Produk.....	75
18. Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Keputusan Tentang Merek.....	
19. Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Keputusan Tentang Tempat Penjualan.....	76
20. Uji Validitas Variabel Kesadaran xiv	77

21. Uji Validitas Variabel Asosiasi Merek.....	78
22. Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i>	78
23. Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	79
24. Uji Realibilitas.....	79
25. Model Regresi Linier Berganda.....	80
26. Uji Multikolinieritas.....	82
27. Uji <i>Goodness of Fit</i> dengan uji F.....	85
28. Koefisien Determinasi Berganda (R^2).....	86
29. Pengujian Hipotesis Dengan Uji t.....	88



DAFTAR GAMBAR

Gambar

1. Nilai-Nilai Kesadaran Merek.....	16
2. Piramida Kesadaran Merek.....	19
3. Hubungan Antar Kategori Kesadaran Merek.....	20
4. Rerangka Pemikiran.....	47
5. Grafik Uji Normalitas.....	83
6. Grafik Uji Heteroskedastisitas.....	84



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1.** Kuesioner
- Lampiran 2.** Hasil Penyebaran Kuesioner
- Lampiran 3.** Tabel Frekuensi
- Lampiran 4.** Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
- Lampiran 5.** Regresi
- Lampiran 6.** Surat Tugas Bimbingan Skripsi Kepada Dosen Pembimbing
- Lampiran 7.** Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi
- Lampiran 8.** Surat Keterangan Ijin Riset Kepada Perusahaan
- Lampiran 9.** Surat Keterangan Riset dari Perusahaan
- Lampiran 10.** Surat Keterangan Berita Acara
- Lampiran 11.** Sertifikat Seminar Metodologi

