

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *BRAND TRUST* DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SUSU BEAR BRAND DI MASA PANDEMI COVID-19
(Studi Pada Alfamart Wilayah Kelurahan Tanah Kali Kedinding)**



Oleh :

ALFIN FALAHY HALIM

NPM : 18.1.02.11387

Program Studi : Manajemen

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2022

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *BRAND TRUST* DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SUSU BEAR BRAND DI MASA PANDEMI COVID-19
(Studi Pada Alfamart Wilayah Kelurahan Tanah Kali Kedinding)**



Oleh :

ALFIN FALAHY HALIM

NPM : 18.1.02.11387

Program Studi : Manajemen

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2022

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *BRAND TRUST* DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SUSU BEAR BRAND DI MASA PANDEMI COVID-19
(Studi Pada Alfamart Wilayah Kelurahan Tanah Kali Kedinding)**

**Skripsi diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran**



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA

STIESIA SURABAYA

2022

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *BRAND TRUST* DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SUSU BEAR BRAND DI MASA PANDEMI COVID-19**

(Studi Pada Alfamart Wilayah Kelurahan Tanah Kali Kedinding)

Dipersiapkan dan disusun oleh :

ALFIN FALAH HALIM

NPM: 18.1.02.11387

**Telah dipertahankan di depan
Tim Penguji pada 17 September 2022**

Susunan Tim Penguji :

Ketua : Dr. Khuzaini, S.E., M.M.

**Anggota : 1. Dr. Ir. Marsudi Lestariningsih, M.Si.
2. Krido Eko Cahyono, SE., MM.**

Dinyatakan Memenuhi Syarat dan Diterima

Oleh :

Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi S1 Manajemen

Krido Eko Cahyono, SE., MM.

Dr. Suwitho, M.Si.

Ketua STIESIA

Dr. Nur Fadjrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : **Alfin Falahi Halim**

N.P.M : **18.1.02.11387**

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *BRAND TRUST* DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SUSU BEAR BRAND DI MASA PANDEMI COVID-19 (Studi Pada Alfamart Wilayah Kelurahan Tanah Kali Kedinding)

Diajukan untuk diuji pada tanggal 17 September 2022, 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 yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, 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 terima.

Surabaya, 17 September 2022

Yang membuat pernyataan,



The image shows a handwritten signature in black ink over a red official stamp. The stamp is circular and contains the text 'METESAI TEMPEL' and a unique identification number '35AKX164368520'. To the left of the stamp, there is a vertical stamp with the text 'STIESIA SURABAYA'.

Alfin Falahi Halim

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. MAHASISWA

Nama : Alfin Falahi Halim
NPM : 18.1.02.11387
Program Studi : Manajemen
Tempat/Tanggal Lahir : Surabaya, 29 Agustus 2000
Agama : Islam
Alamat Rumah : Jl. Kedinding Lor Gg. Teratai No. 18
Status : Belum Menikah

B. ORANG TUA

Nama : A. Basith, Drs.
Alamat Rumah : Jl. Kedinding Lor Gg. Teratai No. 18
Pekerjaan/Jabatan : Pensiunan PNS

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD Di SDN Tanah Kali Kedinding V / 579 Tahun 2008
2. Tamat SMP Di SMPN 27 Surabaya Tahun 2015
3. Tamat SMA Di SMA Ipiems Surabaya Tahun 2018
4. Pendidikan Tinggi (PT)

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Surabaya	I-IX	2018-2022	-

D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat/Golongan	Jabatan
-	-	-	-

Dibuat dengan sebenarnya



Alfin Falahi Halim

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana ekonomi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya dengan judul **“PENGARUH *BRAND AWARENESS, BRAND TRUST* DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SUSU BEAR BRAND DI MASA PANDEMI COVID-19 (Studi Pada Alfamart Wilayah Kelurahan Tanah Kali Kedinding)”** dapat terselesaikan dengan baik.

Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi syarat untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, dengan demikian perkenankan penulis menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Dr. Nur Fadjrih Asyik S.E., M.Si., Ak., CA., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Dr. Suwitho, M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
3. Krido Eko Cahyono, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya dalam memberikan bimbingan serta pengarahan perihal penulisan skripsi.
4. Dra. Ec. Sasi Agustin, M.M., selaku dosen wali yang telah memberikan banyak arahan selama tujuh semester.
5. Bapak dan Ibu dosen serta para staf yang telah memberikan banyak ilmu dan bekal selama kegiatan perkuliahan.
6. Kedua orang tua saya Bapak Basith dan Ibu Suprihatin serta kakak-kakak saya yang selama ini selalu mendoakan dan memberikan dukungan kepada saya dalam menempuh pendidikan baik moril maupun materil.

7. Pendamping saya Amanda yang selalu membantu dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini.
8. Saudara-saudara saya Riksa, Emir, Rayhan dan teman saya Biyan, Fikri, Vian, Wisam yang selalu memberikan dukungan dan motivasi.
9. Teman-teman SM-2 angkatan 2018, Prasetyo, Fadi, Alifia Rosi, Juli Permadani, dan Hartanto Rendy yang senantiasa telah mendukung dalam berbagai hal selama perkuliahan hingga terselesaikannya skripsi ini.
10. Serta pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan dan dukungan secara langsung maupun tidak langsung selama proses penulisan skripsi ini, saya ucapkan terimakasih.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik konstruktif dari pembaca untuk pengembangan dan penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata, semoga penulisan skripsi ini mampu memberikan ilmu dan manfaat yang lebih bagi pembaca.

Surabaya, September 2022



Alfin Falahi Halim

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPEL LUAR SKRIPSI	i
HALAMAN SAMPEL DALAM SKRIPSI	ii
HALAMAN JUDUL SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI TIM PENGUJI	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB 1 : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Masalah	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	9
BAB 2 : TINJAUAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	10
2.1 Tinjauan Teoritis	10
2.1.1 <i>Brand Awareness</i>	10
2.1.2 <i>Brand Trust</i>	15
2.1.3 <i>Word Of Mouth</i>	19
2.1.4 Keputusan Pembelian	22
2.2 Penelitian Terdahulu.....	28
2.3 Rerangka Konseptual.....	29
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	30
2.4.1 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian...30	
2.4.2 Pengaruh <i>Brand Trust</i> Terhadap Keputusan Pembelian	31
2.4.3 Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....31	
BAB 3 : METODOLOGI PENELITIAN.....	33
3.1 Jenis Penelitian dan Gambaran Populasi	33
3.1.1 Jenis Penelitian	33
3.1.2 Gambaran dari Populasi Penelitian	33
3.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	34
3.2.1 Penentuan Jumlah Sampel	34
3.2.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	34
3.3 Teknik Pengumpulan Data	35
3.3.1 Jenis Data.....	35
3.3.2 Sumber Data	35
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data	35
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	37
3.4.1 Variabel Penelitian	37
3.4.2 Definisi Operasional Variabel	37

3.5	Desain Kuisisioner	42
3.6	Teknis Analisis Data.....	44
3.6.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	44
3.6.2	Uji Instrumen Data	45
3.6.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	46
3.6.4	Uji Asumsi Klasik	47
3.6.5	Uji Kelayakan Model	49
3.6.6	Uji t.....	50
BAB 4	: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1	Hasil Penelitian.....	52
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan	52
4.1.2	Deskripsi Responden Penelitian	53
4.2	Analisis Data	56
4.2.1	Analisis Deskriptif.....	56
4.2.2	Uji Instrumen.....	60
1.	Uji Validitas	60
2.	Uji Reliabilitas	61
4.2.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	61
4.2.4	Uji Asumsi Klasik	63
1.	Uji Normalitas	63
2.	Uji Multikolinieritas.....	64
3.	Uji Heteroskedastisitas.....	65
4.2.5	Uji Kelayakan Model	66
1.	Uji F	66
2.	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	67
4.2.6	Pengujian Hipotesis	67
1.	Uji t	67
4.3	Pembahasan	68
4.3.1	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap Keputusan Pembelian....	68
4.3.2	Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	69
4.3.3	Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	70
BAB 5	: PENUTUP	72
5.1	Kesimpulan.....	72
5.2	Keterbatasan	73
5.3	Saran	73
	JADWAL PENELITIAN	74
	DAFTAR PUSTAKA	75
	LAMPIRAN.....	78

DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
1. <i>Top Brand Index</i>	3
2. Penelitian Terdahulu	28
3. Skala Likert.....	36
4. Desain Kuisisioner	42
5. Tingkat Reliabilitas.....	45
6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
7. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Transaksi Pembelian.....	53
8. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	54
9. Interval Kelas.....	55
10. Frekuensi Jawaban Responden Berdasarkan <i>Brand Awareness</i>	56
11. Frekuensi Jawaban Responden Berdasarkan <i>Brand Trust</i>	57
12. Frekuensi Jawaban Responden Berdasarkan <i>Word of Mouth</i>	57
13. Frekuensi Jawaban Responden Berdasarkan Keputusan Pembelian	58
14. Hasil Uji Validitas	59
15. Hasil Uji Reliabilitas.....	60
16. Hasil Uji Regresi Linier Berganda	61
17. Hasil Uji KolmogorovSmirnov	62
18. Tabel Hasil Uji Multikolinieritas	64
19. Hasil Uji F	65
20. Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	66
21. Hasil Uji t.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
1. Tingkatan <i>Brand Awareness</i>	13
2. Proses Pembelian Lima Tahap	24
3. Rerangka Konseptual	30
4. Uji Normalitas	63
5. Hasil Uji Heteroskedastisitas	65



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Hal
1. Kuisisioner	78
2. Tabulasi Hasil Data Kuisisioner	82
3. Tabulasi Karakteristik Data.....	84
4. Tabulasi Frekuensi Data.....	85
5. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	89
6. Uji Normalitas	93
7. Hasil Regresi	95

