

**PENGARUH KESADARAN MEREK PADA NIAT BELI ULANG
KONSUMEN DENGAN PERSEPSI KUALITAS DAN LOYALITAS
MEREK SEBAGAI VARIABEL PEMEDIASI**

**THE INFLUENCE OF BRAND AWARENESS ON CONSUMER
REPURCHASE INTENTION WITH PERCEIVED QUALITY AND
BRAND LOYALTY AS MEDIATING VARIABLE**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta



Oleh

YUSAC ZAIN SUCHRONI

20130410368

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2017

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Yusac Zain Suchroni

Nomor Mahasiswa : 20130410368

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **"PENGARUH KESADARAN MEREK PADA NIAT BELI ULANG KONSUMEN DENGAN PERSEPSI KUALITAS DAN LOYALITAS MEREK SEBAGAI VARIABEL PEMEDIASI**, tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 30 Maret 2017



Yusac Zain Suchroni

MOTO DAN HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya sederhana ini kupersembahkan kepada :

“Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman diantaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat”. (QS. Al Mujadalah: 11)

Semangatmu, cintamu, tulusmu, sederhanamu, dan semua tentangmu mengajarkan aku pada satu hal yang tidak akan pernah terlupakan yaitu untuk selalu berterima kasih kepadamu wahai engkau Ayah dan Ibu no.1 diseluruh dunia. Terima kasih Ayahanda dan Ibunda yang sangat luar biasa mendidiku dengan cara yang tidak mudah.

Seluruh keluarga besar yang dengan tulus memotivasiku untuk menjadi contoh yang baik bagi keluarga besarku, Kakek, Nenek, Adikku (Iqbal abraham) teruskan hingga mencapai titik kesempurnaan dek, Kakakku (Lanna Arurane) .Terima kasih telah menjadi warna dalam keluarga besarku.

Pengukir kenangan indah pengantar pijakan masa dewasaku, sahabat-sahabatku di Yogyakarta, Adhie, Fadli, Febi, Herdi, Ansar, Debby, Ilham, Riezqo. Kejar terus mimpi-mimpi kita dahulu, mimpi untuk sama-sama tersenyum disana nanti.. ☺ Thanks for all, ingat KITA dan KENANGAN indah itu.

Ribuan Wanita yang ada, tetapi hanya kamu yang mampu mengubah segalanya, memberikan semangat yang ada, menginspirasi, dan memberikan kasih sayang yang tulus, iya.. Engkaulah satu dari jutaan penduduk Indonesia, satu dari titik terindah yang pernah tergores, terima kasih engkau yang memang patut mendapatkan ini semua, Aulia Dewi Aryani. Terima kasih.

Yogyakartaku tercinta, awal yang banyak memberikan bekal untuk kehidupan nanti. Keramahan, keindahan, sederhana tapi luar biasa, engkaulah Yogyakarta. Almamaterku, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta,

Syukron Khatsiron.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh kesadaran merek pada niat beli ulang dengan persepsi kualitas dan loyalitas merek sebagai variabel pemediasi”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi perusahaan dalam penggunaan taktik mempengaruhi dalam niat beli ulang sepatu Nike dan memberikan ide pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Dr. Nano Prawoto, M.Si., yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Ibu Indah Fatmawati, Dr., SE. M.Si yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.

Sebagai kata akhir, tiada gading yang tak retak, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, 30 Maret 2017

Yusac Zain Suchroni

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTO DAN HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
INTISARI.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar belakang.....	1
B. Rumusan masalah.....	6
C. Tujuan penelitian.....	7
D. Manfaat penelitian.....	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
A. Kesadaran merek.....	9
B. Persepsi kualitas.....	11
C. Loyalitas merek.....	13
D. Niat beli ulang.....	15
E. Kerangka Pemikiran dan Pengembangan Hipotesis.....	17
1. Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Persepsi Kualitas.....	17
2. Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Niat Beli Ulang.....	18
3. Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Loyalitas Merek.....	20
4. Pengaruh Loyalitas Merek Terhadap Niat Beli Ulang.....	21
5. Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Loyalitas Merek.....	22
6. Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Niat Beli Ulang.....	23
7. Persepsi Kualitas Memediasi Pengaruh Kesadaran merek Terhadap Niat Beli Ulang.....	24
8. Loyalitas Merek Memediasi Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Niat Beli Ulang.....	25

F. Model Penelitian.....	26
BAB III MERODE PENELITIAN.....	29
A. Paradigma Penelitian.....	29
B. Objek dan Subjek Penelitian.....	29
C. Sampel Penelitian.....	30
D. Metode Pengumpulan Data.....	31
E. Identifikasi Variabel.....	31
1. Variabel Independen.....	32
2. Variabel Pemediasi.....	32
3. Variabel Dependen.....	32
F. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	33
1. Variabel Independen.....	33
2. Variabel Pemediasi.....	34
3. Variabel Dependen.....	35
G. Pengujian Kualitas Instrumen.....	38
1. Uji Validitas.....	38
2. Uji Reliabilitas.....	39
H. Metode Analisis Data.....	39
BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
A. Gambaran Umum Objek/Subjek penelitian.....	45
B. Uji Kualitas Intrumen dan Data.....	51
C. Analisis data dan Pengujian Hipotesis.....	56
D. Pembahasan.....	75
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN.....	81
A. Simpulan.....	81
B. Keterbatasan penelitian.....	83
C. Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA.....	84

DAFTAR TABEL

3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	37
4.1 Top Indeks Sepatu Olahraga.....	49
4.2 Karakteristik Responden.....	51
4.3 Hasil Uji Validitas.....	53
4.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	54
4.5 Hasil Uji Deskriptif.....	55
4.6 Hasil Uji Outlier.....	60
4.7 Hasil Uji Normalitas.....	61
4.8 Hasil Uji Hipotesis.....	63
4.9 Standarized Direct Effect.....	65
4.10 Standarized Indirect Effect.....	66
4.11 Standarized Direct Effect.....	67
4.12 Standarized Indirect Effect.....	67
4.13 Notes for Model.....	68
4.14 Default Model.....	69
4.15 Hubungan antara Indikator.....	70
4.16 Hasil Goodness of Fit.....	72

DAFTAR GAMBAR

2.1 Model Penelitian	28
4.1 Path Diagram.....	58
4.2 Persamaan Struktural.....	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	85
Lampiran 2 Hasil Uji karakteristik responden.....	90
Lampiran 3 Hasil Uji deskriptif.....	92
Lampiran 4 Hasil Uji validitas.....	93
Lampiran 5 Hasil Uji reliabilitas.....	94
Lampiran 6 Model Fit.....	95
Lampiran 7 Hasil Uji normalitas.....	96
Lampiran 8 Hasil Uji outlier.....	98
Lampiran 9 Hasil Uji hipotesis.....	101
Lampiran 10 Hasil Uji mediasi persepsi kualitas.....	102
Lampiran 11 Hasil Uji mediasi loyalitas merek.....	104
Lampiran 12 Data responden.....	106

