

**PENGARUH KESADARAN MEREK, PERSEPSI KUALITAS, ASOSIASI  
MEREK, DAN LOYALITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG**

***THE INFLUENCE OF BRAND AWARENESS, PERCEIVED QUALITY,  
BRAND ASSOCIATION, AND BRAND LOYALTY ON PURCHASING  
DECISIONS SMARTPHONE SAMSUNG***

**SKRIPSI**

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



**Disusun Oleh:**

**SHOFIYATUS SHODIQOH**

**20130410089**

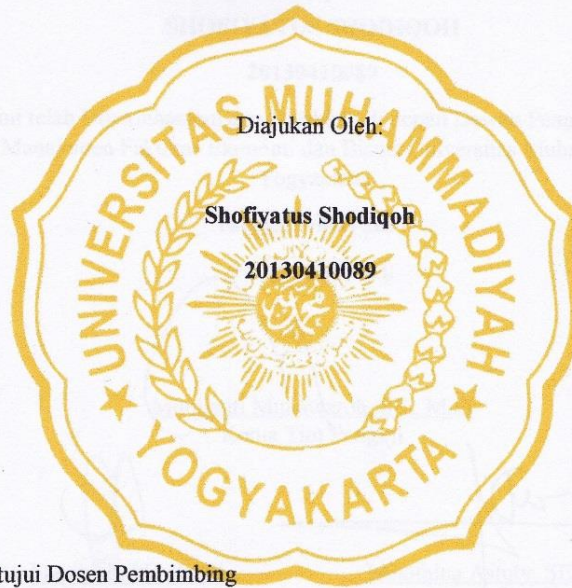
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2017**

**SKRIPSI**

**PENGARUH KESADARAN MEREK, PERSEPSI KUALITAS, ASOSIASI MEREK, DAN LOYALITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG**

***THE INFLUENCE OF BRAND AWARENESS, PERCEIVED QUALITY, BRAND ASSOCIATION, AND BRAND LOYALTY ON PURCHASING DECISIONS *SMARTPHONE* SAMSUNG***



Diajukan Oleh:

**Shofiyatus Shodiqoh**

**20130410089**

Telah disetujui Dosen Pembimbing  
Pembimbing

Misbahul Anwar, SE.,M.Si.  
NIK : 19670916199202 143 014

Tanggal 4 April 2017

**SKRIPSI**  
**PENGARUH KESADARAN MEREK, PERSEPSI KUALITAS, ASOSIASI**  
**MEREK, DAN LOYALITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN**  
**PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG**

***THE INFLUENCE OF BRAND AWARENESS, PERCEIVED QUALITY,***  
***BRAND ASSOCIATION, AND BRAND LOYALTY ON PURCHASING***  
***DECISIONS SMARTPHONE SAMSUNG***

Diajukan Oleh:


**SHOFIYATUS SHODIQOH**


**20130410089**


Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan Dewan Penguji Program  
Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah  
Yogyakarta

Tanggal 3 Mei 2017


Yang terdiri dari:

  
Munjianti Munawaroh, SE., M.Si  
Ketua Tim Penguji

  
Fauziyah, SE., M.Si  
Anggota Tim Penguji

  
Isthofaina Astuty, SE., M.Si  
Anggota Tim Penguji

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

  
Dr. Nano Prawoto, SE., M.Si  
Nrk. 1966060604199202 143 016

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Shofiyatus Shodiqoh

No Mahasiswa : 20130410089

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“PENGARUH KESADARAN MEREK, PERSEPSI KUALITAS, ASOSIASI MEREK, DAN LOYALITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG”** 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, 3 Mei 2017



Shofiyatus Shodiqoh

**MOTTO**

**MAN JADDA WAJADA**

BARANGSIAPA BERSUNGGUH-SUNGGUH, MENDAPATLAH IA

**MAN SHOBARO DZOFIRO**

BARANGSIAPA BERSABAR, BERUNTUNGLAH IA

**MAN SAARO ALA DARBI WASOLA**

BARANGSIAPA BERJALAN PADA JALAN-NYA, SAMPAILAH IA

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Bapak, ibu dan ketiga adikku, yang selalu memberi dukungan dan doa yang tidak pernah putus.
2. Fina Fauziah, yang selalu ada kapanpun. Terimakasih untuk segala dukungan, semangat, dan masukan yang selalu diberikan.
3. Keluarga Manajemen C 2013 yang selalu memberi dukungan dan bantuan hingga skripsi ini terselesaikan.
4. Keluarga KKN 037
5. Anggota Manajemen 2013.

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek, dan loyalitas merek terhadap keputusan pembelian *smartphone*. Obyek dalam penelitian ini adalah *smartphone* Samsung, sedangkan subyeknya adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 120 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode field survei menggunakan teknik kuesioner. Teknik pengukuran data pada penelitian ini menggunakan Skala Likert. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek, dan loyalitas merek memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek, loyalitas merek, keputusan pembelian

## **ABSTRACT**

*This study aimed to analyze the influence of brand awareness, perceived quality, brand association, and brand loyalty to the smartphone purchase decision. Objects in this study is a Samsung smartphone, while the subject is a student at the University of Muhammadiyah Yogyakarta. The sampling technique used in this study using purposive sampling method with a sample size of 120 people. Data collection techniques used in this research is the field survey method using questionnaire techniques. Data measurement techniques in this study using a Likert Scale. Methods of data analysis used in this study using multiple linear regression analysis. The results of this study showed that brand awareness, perceived quality, brand association, and brand loyalty has a positive and significant influence on purchasing decisions.*

*Keywords: brand awareness, perceived quality, brand association, brand loyalty, purchase decisions*



## KATA PENGANTAR

*Assalamualikum Wr.Wb*

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Kesadaran merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, dan Loyalitas merek terhadap keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan, bimbingan, kerjasama dari berbagai pihak dan berkah dari Allah SWT sehingga kendala-kendala yang dihadapi tersebut dapat diatasi. Oleh karenanya, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Nano Prawoto M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Misbahul Anwar,S.E.,M,Si. Selaku dosen pembimbing, yang telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian tugas akhir ini.
3. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta khususnya dosen manajemen yang telah mendidik dan memberikan ilmu dan pembelajaran tentang kehidupan.
4. Bapak dan ibu serta adik-adikku yang selalu mendoakan dan memberi dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan dan masukan dalam proses penyelesaian tugas akhir ini.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih semoga karya tulis ini dapat bermanfaat dan dapat digunakan sebaik-baiknya. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan akan mendapat pahala dari Allah SWT, Aamiin.

*Wassalamualaikum Wr.Wb*

Yogyakarta, 3 Mei 2017

Penulis,

Shofiyatus Shodiqoh

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>INTISARI</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>BAB I</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	3
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian .....	4
<b>BAB II</b> .....	5
A. Landasan teori .....	5
1. Ekuitas Merek.....	5
2. Kesadaran Merek.....	6
3. Persepsi Kualitas .....	8
4. Asosiasi Merek .....	10
5. Loyalitas Merek.....	12
6. Keputusan Pembelian .....	15
B. Pengembangan Hipotesis .....	17
1. Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	17

2.	Pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Keputusan Pembelian .....	18
3.	Pengaruh Asosiasi Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	19
4.	Pengaruh Loyalitas Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	20
C.	Model Penelitian .....	22
<b>BAB III</b>	.....	23
A.	Obyek dan Subyek Penelitian .....	23
B.	Jenis Data .....	23
C.	Teknik Pengambilan Sampel.....	23
D.	Teknik Pengumpulan Data.....	25
E.	Identifikasi Variabel.....	25
F.	Definisi Operasional.....	26
1.	Kesadaran Merek.....	27
2.	Persepsi Kualitas .....	27
3.	Asosiasi Merek .....	28
4.	Loyalitas Merek.....	28
5.	Keputusan Pembelian .....	29
G.	Skala Pengukuran Data .....	29
H.	Uji Instrument .....	30
I.	Teknik Analisis Data.....	31
J.	Uji Hipotesis .....	33
1.	Analisis Signifikan Simultan (Uji Statistik F).....	33
2.	Analisis Signifikan Parameter (Uji Statistik t).....	33
3.	Analisis Koefisien Determinasi (Uji Statistik R <sup>2</sup> ).....	34
<b>BAB IV</b>	.....	35
A.	Gambaran Umum Obyek dan Subyek Penelitian.....	35
1.	Gambaran Obyek Penelitian.....	35
2.	Gambaran Subyek Penelitian .....	35
3.	Karakteristik Responden .....	36
B.	Uji Kualitas Instrumen dan Data.....	38

1. Uji Validitas .....	38
2. Uji Reliabilitas.....	40
C. Pengujian Hipotesis.....	41
1. Hasil Regresi Linier Berganda .....	41
2. Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F) .....	43
3. Hasil Uji Signifikansi Parameter (Uji Statistik t).....	44
4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji Statistik $R^2$ ).....	46
D. Pembahasan.....	47
<b>BAB V</b> .....	51
A. Kesimpulan .....	51
B. Saran.....	52
C. Keterbatasan Penelitian.....	53

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Rincian Penyebaran Kuesioner .....	34
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas .....	35
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	36
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	37
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas .....	38
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas .....	39
Tabel 4.7 Hasil Regresi Linier Berganda .....	40
Tabel 4.8 Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F).....	42
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji Statistik $R^2$ ).....	46

## DAFTAR GAMBAR

2.1 Model Penelitian .....	21
----------------------------	----