

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, KESADARAN MEREK TERHADAP
LOYALITAS MEREK DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI PADA E-COMMERCE LAZADA.CO.ID
(Studi Pada Situs E-commerce Lazada.co.id)**

***THE EFFECT OF PERCEIVED QUALITY, BRAND AWARENESS
TOWARD BRAND LOYALTY WITH BRAND IMAGE AS VARIABLE
MEDIATION ON E-COMMERCE LAZADA.CO.ID
(Study on E-commerce sites Lazada.co.id)***

SKRIPSI

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



Disusun Oleh:
Imam Sinaryo Wibowo
20130410044

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2017**

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Imam Sinaryo Wibowo

Nomor Mahasiswa : 20130410044

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **“PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, KESADARAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA E-COMMERCE LAZADA.CO.ID, (Study Pada Situs E-Commerce Lazada.co.id)”** penelitian ini sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri, untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi dan sepanjang sepengetahuan saya juga karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, atau segala kemungkinan lain pada hakekatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik. Apabila dikemudian hari diduga kuat diketahui terdapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia mendapatkan sanksi seberatnya berupa pembatalan karya tersebut.

Yogyakarta, 8 Mei 2017

Materai, 6.000

Imam Sinaryo Wibowo

MOTTO

“Bertakwalah pada Allah maka Allah akan mengajarimu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui segala sesuatu” (QS. Al-Baqarah. 282)

“Hai orang-orang yang beriman. Jadikanlah sabar dan shalatmu sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar” (QS. Al-Baqarah. 153)

“Barang siapa menempuh suatu jalan untuk mencari ilmu, maka Allah memudahkannya mendapat jalan ke surga” (H.R Muslim)

“Tidaklah ada pemberian dari orang tua kepada anaknya yang lebih utama daripada budi pekerti yang baik” (HR. Tirmidzi)

“Raihlah cita-citamu dimulai dengan usaha, jangan hanya menjadikan cita-citamu itu sebagai didalam impianmu” (Erlina Mujayani)

“Visi tanpa tindakan hanyalah sebuah mimpi, tindakan tanpa visi hanyalah membuang waktu, visi dengan tindakan akan mengubah dunia” (Joel Arthur Barker)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan untuk

Bapak dan Ibu yang paling aku sayangi sebagai bukti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada bapak dan ibu yang telah memberikan kasih sayang, tiada henti untuk mendoakanku, dan cinta kasih sayang yang tiada terhingga yang tidak mungkin terbalaskan dengan hanya karya ini. Aku akan selalu memberikan yang terbaik dan tidak akan berhenti untuk bekerja keras dalam berusaha.

Terima kasih bapak dan ibu

Untuk kakak-kakaku yang paling aku sayang Sulis Tiawati Ningsih dan Sayem Afifatus Sholeha dan seluruh keluarga besar terimakasih atas doa dan dukungan yang telah diberikan selama ini, hanya bisa membalas dengan karya kecil ini yang dapat aku persembahkan.

Untuk semua sahabat dan teman-teman kos yang tidak mungkin saya sebutkan nama kalian karena terlalu banyak, aku ucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada kalian semua, karena kalian telah memberikan semangat sehingga skripsi ini selesai dan akhirnya dapat wisuda

Dan, untuk ALLAH SWT, karenamu-lah aku bisa menyelesaikan studi S1

Alhamdulillahirobbil' alamin, Allahhuakbar

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL SKRIPSI.....	i
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI.....	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Batasan Masalah Penelitian	9
C. Rumusan Masalah.....	10
D. Tujuan Penelitian	10
E. Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Rerangka Teori dan Penurunan Hipotesis.....	12
1. Ekuitas Merek	12
2. Persepsi Kualitas	13
3. Kesadaran Merek	14
4. Citra Merek	16
5. Loyalitas Merek	17
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	19
C. Pengembangan Hipotesis Penelitian	23
D. Model Penelitian.....	29

BAB III METODE PENELITIAN

A. Obyek/Subyek Penelitian.....	31
B. Jenis Data	31
C. Teknik Pengambilan Sampel	32
D. Teknik Pengumpulan Data.....	32
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	33
F. Uji kualitas Instrument dan Data	35
G. Uji Hipotesis dan Analisa Data.....	38

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum.....	44
B. Klasifikasi Responden.....	45
C. Uji Kualitas Instrumen Data	47
D. Analisis Statistik Deskriptif	50
E. Hasil Penelitian	52
F. Pembahasan	67

BAB V SIMPULAN SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN

A. Simpulan	71
B. Saran	72
C. Keterbatasan.....	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN.....	75

DAFTAR TABEL

3.1. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	34
4.1. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
4.2. Klasifikasi Responden Berdasarkan Program Studi.....	45
4.3. Klasifikasi Responden Berdasarkan Penggunaan 1 Tahun Terakhir.....	46
4.4. Uji Validitas Persepsi Kualitas.....	47
4.5. Uji Validitas Kesadaran Merek.....	48
4.6. Uji Validitas Citra Merek.....	48
4.7. Uji Validitas Loyalitas Merek.....	49
4.8. Uji Reliabilitas.....	50
4.9. Statistik Deskriptif.....	51
4.10. Hasil Regresi Linier Sederhana Dependen Loyalitas Merek.....	52
4.11. Hasil Regresi Linier Sederhana Dependen Citra Merek.....	53
4.12. Uji Hipotesis Persepsi Kualitas Terhadap Loyalitas Merek.....	54
4.13. Uji Hipotesis Kesadaran Merek Terhadap Loyalitas Merek.....	55
4.14. Uji Hipotesis Citra Merek Terhadap Loyalitas Merek.....	56
4.15. Uji Hipotesis Persepsi Kualitas Terhadap Citra Merek.....	57
4.16. Uji Hipotesis Kesadaran Merek Terhadap Citra Merek.....	58
4.17. Hasil regresi Persamaan Pertama Persepsi Kualitas dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Merek	60
4.18. Hasil regresi Persamaan Kedua Persepsi Kualitas dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Merek.....	62
4.19. Hasil regresi Persamaan Pertama Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Merek.....	63
4.20. Hasil regresi Persamaan Kedua Persepsi Kualitas dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Merek.....	64

DAFTAR GAMBAR

1.1. Website Paling Populer.....	6
1.2. Website Paling Dikenal.....	7
1.3. Tingkat Persentase Pengunjung.....	8
1.4. Persentase Dalam Pengunjungan Kembali.....	9
2.1. Piramida Kesadaran Merek.....	15
2.2. Model Penelitian.....	29