

**PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK DAN
PERSEPSI KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK SUSHI TEI CABANG MALL MARGO
CITY DEPOK**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



**U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A**

Nama : Rio Adhinanda Soleh

NIM : 43115320090

**Program Studi Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2018**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Rio Adhinanda Soleh

Nim : 43115320090

Program studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

U N I V E R S I T A S

MERCU BUANA

Jakarta, Maret 2018



Rio Adhinanda Soleh

NIM : 43115320090

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Rio Adhinanda Soleh
NIM : 43115320090
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, dan Persepsi
Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sushi Tei
Cabang Mall Margo City Depok
Tanggal Lulus Ujian : 15 Maret 2018

Disahkan Oleh:

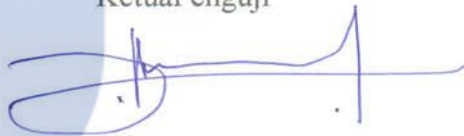
Pembimbing,



Hirdinis M, SE., MM.

Tanggal :

Ketua Penguji



Dra. Yanti Murni, MM

Tanggal :

Dekan,



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA.

Tanggal :

Ketua Program Studi
Manajemen S1,



Dudi Permana, MM., Ph.D.

Tanggal :

ABSTRACT

This Research of this study is to know the influence of brand awereness, brand association and perceived quality of consumer purchasing decisions sushi tei branch mall margo city depok. This research uses survey method in the form of primary data by distributing questionnaires to get the result. The population in this study are Sushi Tei consumers in Depok While for samples taken for this study are as many as 96 people Sushi Tei Consumers. Tests of this research use the validity and reliability test, for the analysis using normality test, linear regression analysis, t test, coefficient of determination, The results showed that: Brand awareness variable has a positive and significant effect on Purchase Decision. Brand association variables have an effect on and significantly to purchasing decisions. The Quality Presentation Variable has significant and significant effect on Purchase Decision.

Keyword : Brand Awereness, Brand Associations , Perceived Quallity dan Consumer purchasing decisions.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini menggunakan metode survei berupa data primer dengan cara penyebaran kuesioner untuk mendapatkan hasilnya. Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen Sushi Tei di Jakarta. Sedangkan untuk sampel yang diambil untuk penelitian ini adalah sebanyak 96 orang Konsumen Sushi Tei. Pengujian penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas, untuk analisisnya menggunakan uji normalitas, analisis regresi linear, uji t, koefisien determinasi, dll. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1) variabel Kesadaran Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. 2) variabel Asosiasi merek tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Keputusan pembelian. 3) Variabel Presepsi Kualitas berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Presepsi Kualitas dan Keputusan Pembelian.



U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat serta karunia-Nya, Peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SUSHI TEI CABANG MALL MARGO CITY DEPOK”**.

Skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu persyaratan ujian guna untuk dapat mengikuti sidang skripsi pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis di Universitas Mercu Buana Tahun 2018.

Peneliti menyadari dalam Penelitian skripsi ini masih jauh dari sempurna, dan banyak kekurangan baik dalam metode Penelitian maupun dalam pembahasan materi. Hal tersebut dikarenakan keterbatasan kemampuan Peneliti. Sehingga Peneliti mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun mudah-mudahan dikemudian hari dapat memperbaiki segala kekurangannya.

Dalam Penelitian skripsi ini Peneliti selalu mendapatkan bimbingan, dorongan, serta semangat dari banyak pihak. Oleh karena itu, Peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pembimbing yang terhormat, yakni Bapak Hirdinis, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing, yang telah meluangkan waktunya, tenaga dan pikirannya untuk membimbing Peneliti dalam Penelitian skripsi ini, selain pembimbing Peneliti juga ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Dr. Ir. Arissetyanto Nugroho, M.M. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis dan Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, MM., Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Mercu Buana.
5. Kedua orang tua saya yang selalu memberikan motivasinya dan selalu mendoakan saya agar segera menyelesaikan skripsi.
6. Seluruh teman-teman Universitas Mercu Buana angkatan 24 Fakultas Ekonomi Bisnis Terutama untuk Dewi Kartika Sari yang selalu memberikan waktunya.
7. Bapak Muhammad Hasyim selaku atasan saya di PT. Bank Mandiri Persero Tbk yang selalu memberikan izin waktu agar saya dapat masuk kuliah dan Seluruh Team Retail & Collection Recovery Group PT. Bank Mandiri Persero (Tbk) yang selalu memberikan motivasinya untuk saya segera lulus kuliah dan tidak malas dalam mengerjakan tugas-tugas kuliah saya.

Demikianlah ucapan terima kasih saya selaku Peneliti. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan terbaik atas jasa-jasa yang telah kalian berikan kepada saya baik di dunia maupun di akhirat Amin.

Jakarta, Maret 2018


(Rio Adhinanda Soleh)



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	6
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	7
1. Tujuan Penelitian	7
2. Kontribusi Penelitian	7

BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

A. Kajian Pustaka	8
1. Pengertian Keputusan Pembelian	8
2. Pengertian Merek.....	12
a. Ekuitas Merek	12
b. Kesadaran Merek	15
c. Asosiasi Merek.....	16

d. Persepsi Kualitas Merek	17
e. Loyalitas Merek	17
3. Penelitian terdahulu	20
B. Rerangka Pemikiran	23
C. Hipotesis	24

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	25
1. Waktu Penelitian	25
2. Tempat Penelitian	25
B. Desain Penelitian	25
C. Definisi dan Operasional Variabel	26
1. Definisi Variabel	26
2. Operasional Variabel	27
D. Populasi dan Sampel	29
E. Teknik Pengumpulan Data	30
1. Jenis Sumber Data	30
a. Data Primer	30
b. Sumber Data	30
F. Metode Analisis Data	32
1. Analisis Deskriptif	31
2. Pengujian Kualitas Data	33
a. Uji Validitas	33
b. Uji Realibilitas	33

3. Pengujian Asumsi Klasik.....	34
a. Uji Normalitas.....	33
b. Uji Multikolinearitas.....	34
c. Uji Heterokedastisitas.....	35
4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	35
5. Uji Kesesuaian Model.....	36
a. Uji Koefisien Determinasi(R^2).....	36
b. Uji Annova (Uji F).....	37
6. Uji Hipotesis.....	37

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	40
1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	40
2. Karakteristik Profil Responden.....	43
a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	43
c. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	44
B. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	45
C. Hasil Uji Kualitas Data.....	49
1. Hasil Uji Validitas.....	48
2. Hasil Uji Reliabilitas.....	52
D. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	52
1. Hasil Uji Normalitas.....	53
2. Hasil Uji Multikolonieritas.....	54
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	55
E. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	56
F. Hasil Uji Kesesuaian Model.....	57
1. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	57
2. Uji Statistik (F).....	
G. Hasil Uji Hipotestis.....	59
1. Uji Signfikasi Parameter Individual (Uji t).....	59

H. Pembahasan Hasil Penelitian	61
--------------------------------------	----

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan	62
B. Saran	63

DAFTAR PUSTAKA	64
-----------------------------	----

LAMPIRAN



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
Tabel 1.1	Brand Award Restoran Sushi 2012-2016	3
Tabel 1.2	Data Penjualan	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1	Tabel Definisi Operasional Variabel	27
Tabel 4.1	Tabel Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4.2	Tabel Distribusi Responden Berdasarkan Usia	44
Tabel 4.3	Tabel Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
Tabel 4.4	Tabel Statistik deskriptif Variabel Kesadaran Merek	45
Tabel 4.5	Tabel Statistik deskriptif Variabel Asosiasi Merek	46
Tabel 4.6	Tabel Statistik deskriptif Variabel Persepsi Kualitas	47
Tabel 4.7	Tabel Statistik deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	48
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Kesadaran Merek	49
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Variabel Asosiasi Merek	49
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kualitas	50
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	51
Tabel 4.12	Hasil Uji Realibilitas X1, X2 dan X3 dan Y	52
Tabel 4.13	Hasil Uji Normalitas	53
Tabel 4.14	Hasil Uji Multikolinearitas	54
Tabel 4.15	Hasil Uji Koefisien Determinasi	57
Tabel 4.16	Hasil Uji Statistik (F)	58
Tabel 4.17	Hasil Uji Parsial (Uji t)	59

DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Halaman
2.1	Tahap-tahap Keputusan Pembelian Konsumen	8
2.2	Konsep Ekuitas Merek	13
2.3	Kerangka Pemikiran Teoritis	23
4.1	Struktur Organisasi Sushi Tei	41
4.2	Probability Plot	53
4.3	Hasil Uji Heterokedastisitas	55



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA