

**PENGARUH ASOSIASI MEREK DAN KESADARAN MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MEDIASI CITRA
MEREK PT. ASURANSI ASTRA BUANA (GARDA OTO)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA EKONOMI

Program Studi Manajemen S-1

NAMA : Fransiscus Regis Ndaru Agung Nugroho

NIM : 43110010022



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

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2014

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fransiscus Regis Ndaru Agung Nugroho
NIM : 43110010022
Program Studi : Manajemen – S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Judul Skripsi : **Pengaruh Asosiasi Merek Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Mediasi Citra Merek PT. Asuransi Astra Buana (Garda Oto)**

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

Demikian pernyataan ini saya buat sebenar-benarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 10 Agustus 2014



(Fransiscus Regis Ndaru Agung Nugroho)

43110010022

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI


Yang bertanda tangan dibawah ini:


Nama : Fransiscus Regis Ndaru Agung Nugroho
NIM : 43110010022
Program Studi : Manajemen – S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Judul Skripsi : **Pengaruh Asosiasi Merek Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Mediasi Citra Merek PT. Asuransi Astra Buana (Garda Oto)**
Tanggal : 10 Agustus 2014

Disahkan oleh :

Pembimbing Skripsi

Ketua Penguji


(Tafiprios, SE., MM)
Tanggal :


(Dr. Rina Astini SE,MM)
Tanggal : 9/8 2014

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen S1


(Prof. Dr. Wiwik Utami Ak., Ms., CA)
Tanggal :


(Dr. Rina Astini SE,MM)
Tanggal : 9/8 2014

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas rahmat dan karunia yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini sebagai salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta.

Melalui berbagai data yang tersedia dan dengan kemampuan yang masih terbatas dalam penelitian ini penulis mencoba menganalisa persepsi, kegiatan pemasaran serta keputusan konsumen. Adapun judul dari penelitian ini adalah **Pengaruh Asosiasi Merek Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Mediasi Citra Merek PT. Asuransi Astra Buana (Garda Oto)**

Dalam menyelesaikan penelitian ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan yang diberikan kepada:

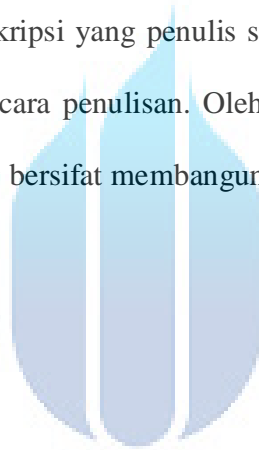
1. Kedua orang tua penulis Ricardus Purnomo Sidhi dan Anastasia widiastuti, yang telah memberikan doa, masukan, saran, serta semangat dan kasih sayang yang tiada batasnya hingga penulis bisa mencapai pendidikan sampai saat ini.
2. Kakak-kakak dan kakak ipar tercinta, mas adi, mba kamel, mba ina, mas dani, mba wulan, mas agung, yang telah memberikan motivasi lebih kepada penulis serta semangat dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

3. Ke 4 malaikat kecil ku, (Brigita, Rafael, Felice, Azahra) terimakasih telah memberikan keceriaan dan canda disaat penulis mengalami kelelahan dan kesulitan dalam membuat tugas akhir.
4. Keluarga ke 2, bapak suparman, ibu sarah, mas rohim, ka kiki, mba uci, fenny, terimakasih atas dorongan moral serta motivasinya, doa kepada penulis sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Dewy Apryliany, terimakasih atas semangat, doa, kasih sayang, tenaga yang tidak sedikit dikeluarkan untuk penulis. Semoga semester depan dapat menyusul menyelesaikan tugas akhir.
6. Bapak Tafiprios, SE., MM selaku pembimbing skripsi yang telah dengan sabar dan bijaksana memberikan arahan, dorongan motivasi serta saran-saran yang berharga hingga skripsi ini dapat tersusun.
7. Bapak Dr.Ir. Arisetyanto Nugroho, MM, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
8. Ibu Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak. Ms., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan Bpk.H. Arief Bowo Prayoga K, SE.MM, selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
9. Ketua penguji penulis, ibu Dr. Rina Astini SE,MM dan ibu Luna Hanigsih, SE,ME selaku penguji 1 serta ibu riani selaku penguji 2 penulis, terimakasih atas saran serta masukannya sehingga tugas akhir yang penulis buat menjadi layak untuk disajikan.

10. Jajaran program studi manajemen S1, ibu Dr. Rina Astini SE,MM selaku kaprodi manajemen S1, ibu Luna Hanigsih, SE,ME dan Ibu Hesti Maheswari, SE,M.Si selaku Sekretaris I dan II Program Studi Manajemen S1.
11. Ibu Dr. Aty Herawati M.Si, selaku dosen pembimbing akademik penulis.
12. Seluruh dosen Program Studi Manajemen S1 yang sudah mendidik dan membekali ilmu pengetahuan selama perkuliahan berlangsung dari semester awal hingga semester akhir.
13. Senior-senior HMJ manajemen S1, ka ditha v, ka yayang, bang edo, bang rahman, bang ivan (om jhon), terimakasih telah menjadi inspirasi dan motivasi kepada penulis, sharing pengalaman serta semangat yang diberikan sehingga penulis menjadi pribadi yang lebih baik.
14. Teman seperjuangan HMJ Manajemen S1; Tomi, Ulil, Tiwi, Devi, Riko, Agus, Febi, Ratu, Reza, Sita, Ria, Udin, Nita, terimakasih atas kebersamaannya selama menjabat di HMJ manajemen.
15. Adik-adik HMJ manajemen S1, Isa, Yossy, Dithia, Agnes, Budi, Firda, Adit, Dewy, Wahyu, Sofi, Unuy, Maul, Tizar, Ghea, Ida, Tidar, Devi, Yeni, Rizal, Adit, Ima, Ucup, Aris, Idris, Oki, Anggi, Dara, terimakasih atas sharing pengalaman, berbagi keceriaan, semoga kalian dapat menyusul dalam menyelesaikan skripsi.
16. Orang-orang tangguh satu bimbingan; Iwo, Kadir, Funky yang telah mengajarkan lagi arti kesabaran, sekaligus memberikan motivasi kepada penulis.

17. Teman-teman seperjuangan angkatan 2010 yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu
18. Seluruh responden yang terlibat pada penelitian ini.

Kepada seluruh pihak dan teman-teman penulis yang lainnya yang tidak disebutkan namanya satu persatu. Semoga Tuhan Yesus membalas semua kebaikan dan ketulusan hati kalian. Skripsi yang penulis susun ini masih banyak kekurangan, baik dalam materi maupun cara penulisan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan skripsi ini di masa yang akan datang.



Jakarta, Agustus 2014

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Fransiscus Regis Ndaru Agung Nugroho

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
ABSTRAK	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Batasan Masalah	14
1.4 Tujuan Penelitian	14

1.5	Manfaat Penelitian	15
BAB II KAJIAN TEORI, RERANGKA PEMIKIRAN, HIPOTESIS		17
2.1	Pengertian Pemasaran	17
2.2	Pengertian Merek	18
2.2.1	Peran Dan Kegunaan Merek	20
2.3	Pengertian Ekuitas Merek	23
2.3.1	Asosiasi Merek (<i>Brand Association</i>)	26
2.3.1.1	Fungsi-Fungsi Asosiasi Merek.....	31
2.3.1.2	Hubungan Antar Variabel Asosiasi Merek Dengan Citra Merek	32
2.3.1.3	Hubungan Antar Variabel Asosiasi Merek dengan Keputusan Pembelian	32
2.3.2	Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>).....	33
2.3.2.1	Hubungan antar variabel Kesadaran Merek Dengan Citra Merek	36
2.3.2.2	Hubungan Antar Variabel Kesadaran Merek Dengan Keputusan Pembelian	37

2.4	Citra Merek (Brand Image)	40
2.4.1	Hubungan Antar Variabel Citra Merek Dengan Keputusan Pembelian	40
2.5	Perilaku Konsumen	41
2.5.1	Pengertian Perilaku Konsumen.....	41
2.5.2	Dasar (Basis) Dalam Pengambilan Keputusan	42
2.5.3	Proses Pengambilan Keputusan dan Dimensinya.....	44
2.6	Penelitian Terdahulu	48
2.7	Kerangka Pemikiran	53
2.8	Hipotesis	54
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		55
3.1	Waktu Dan Tempat Penelitian	55
3.1.1	Waktu Penelitian	55
3.1.2	lokasi penelitian	55
3.2.	Design Penelitian	55
3.3	Skala Pengukuran	56

3.4	Operasional Variabel	57
3.5	Metode Pengumpulan Data	59
3.6	Jenis Data Penelitian	61
3.7	Populasi dan Sampel	61
3.8	Metode Analisis Data	62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		81
4.1	Gambaran Umum PT. Asuransi Astra Buana	81
4.2	Profil Responden	86
4.2.1	Jenis Kelamin	86
4.2.2	Jenis Pekerjaan pelanggan	87
4.2.3	Pendapatan Pelanggan Per bulan	88
4.2.4	Lama Berlangganan	88
4.3	Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas Variabel	89
4.3.1	Hasil Uji Validitas Variabel	89
4.3.2	Hasil Uji Reliabilitas Variabel	93
4.4	Pengolahan Data dan Uji Kecocokan Model Pengukuran	94

4.4.1	Uji Kecocokan Model Pengukuran	94
4.4.2	Uji Kecocokan Keseluruhan Model Pengukuran	100
4.4.3	Modifikasi Kecocokan Keseluruhan Model Pengukuran	102
4.4.4	Uji Kecocokan Model Struktural (Uji T)	105
4.4.5	Pengujian Hipotesis Penelitian	106
4.5	Analisis Hasil Penelitian	108
4.5.1	Analisis Asosiasi Merek Terhadap Citra Merek	108
4.5.2	Analisis Kesadaran Merek Terhadap Citra Merek	109
4.5.3	Analisis Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	109
4.5.4	Analisis Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian	110
4.5.5	Analisis Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian ...	111
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		112
5.1	Kesimpulan	112
5.2	Saran	114
DAFTAR PUSTAKA		117
Lampiran		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Situs Garda Oto	11
Tabel 3.1	Instrument Skala Linkert	56
Tabel 3.2	Operasional Variabel Asosiasi Merek (<i>Brand Association</i>)	57
Tabel 3.3	Oprasional Variabel Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>)	58
Tabel 3.4	Oprasional Variabel Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	58
Tabel 3.5	Oprasional Variabel keputusan Pembelian	59
Tabel 3.6	<i>Comparative Fit Index</i>	74
Tabel 4.1	Penghargaan-Penghargaan Garda Oto	85
Tabel 4.2	Uji Validitas Asosiasi Merek	90
Tabel 4.3	Uji Validitas Kesadaran Merek	91
Tabel 4.4	Uji Validitas Citra Merek	92
Tabel 4.5	Uji Validitas Keputusan Pembelian	93
Tabel 4.6	Haji Pengujian Reliabilitas Variabel Penelitian	94
Tabel 4.7	Hasil Uji Kecocokan Model Struktural	102
Tabel 4.8	Hasil Modifikasi Kecocokan Model Struktural	104

Tabel 4.9	Hasil Uji Kecocokan Model struktural Model Penelitian	106
Tabel 4.10	Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian	107



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Perkembangan Mobil Nasional	6
Gambar 1.2	alasan Yang Dipertimbangkan Dalam Memilih Suatu Perusahaan Asuransi	7
Gambar 1.3	<i>Top Brand Index</i> Kategori Asuransi Mobil	9
Gambar 1.4	<i>Top Of Mind</i> Kategori Asuransi Mobil	10
Gambar 1.5	Grafik <i>Pageviews Per User</i> Garda Oto	12
Gambar 1.6	Grafik <i>Vist Percent</i>	12
Gambar 2.1	Konsep <i>Brand Equity</i>	26
Gambar 2.2	Asosiasi-Asosiasi Merek	28
Gambar 2.3	Piramida <i>Brand Awareness</i>	35
Gambar 2.4	Tahap Proses Membeli	45
Gambar 2.5	Model Penelitian	52
Gambar 4.1	Jenis Kelamin Responden	87
Gambar 4.2	Jenis Pekerjaan Pelanggan	87
Gambar 4.3	Pendapatan Pelanggan Per Bulan	88

Gambar 4.4	Lama Berlangganan Pelanggan	89
Gambar 4.5	Model Pengukuran Variabel Asosiasi Merek	95
Gambar 4.6	Model Pengukuran Variabel Kesadaran Merek	96
Gambar 4.7	Model Pengukuran Variabel Citra Merek	98
Gambar 4.8	Model Pengukuran Variabel Keputusan Pembelian	99
Gambar 4.9	Model Pengukuran Konstruk variabel Penelitian	101
Gambar 4.10	Modifikasi Model Pengukuran Konstruk Variabel Penelitian .	103
Gambar 4.11	Model Stuktural (Uji T)	105



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner	120
Lampiran 2	Tabulasi Karakteristik Responden Dan Kuesioner	124
Lampiran 3	Uji Validitas Variabel Penelitian (Output LISREL)	129
Lampiran 4	Uji Reliabilitas Variabel Penelitian (Output SPSS)	131
Lampiran 5	Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran	132
Lampiran 6	Hasil Kecocokan Keseluruhan Model Pengukuran	134
Lampiran 7	Modifikasi Model Pengukuran	136
Lampiran 8	Model Struktural (Uji T)	138