

**PENGARUH KESADARAN MEREK, PERSEPSI KUALITAS,
DAN LOYALITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN AIR MINUM DALAM KEMASAN
MEREK AQUA**

SKRIPSI

**Nama : Yudhi Hermawan
NIM : 43108010114**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2012**

**PENGARUH KESADARAN MEREK, PERSEPSI KUALITAS,
DAN LOYALITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN AIR MINUM DALAM KEMASAN
MEREK AQUA**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen – Strata 1**

**Nama : Yudhi Hermawan
NIM : 43108010114**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2012**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yudhi Hermawan

NIM : 43108010114

Program Studi : Manajemen S-1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya saya sendiri. Apabila saya mengutip dari 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.

Jakarta, 30 Januari 2012

(Yudhi Hermawan)

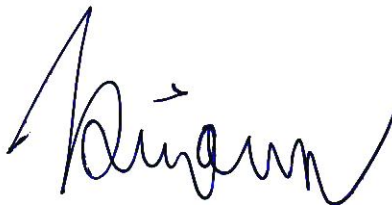
NIM: 43108010114

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Yudhi Hermawan
NIM : 43108010114
Program Studi : Manajemen S – 1
Judul Skripsi : Pengaruh kesadaran merek, persepsi kualitas, dan loyalitas merek terhadap keputusan pembelian konsumen air minum dalam kemasan merek AQUA.
Tanggal Lulus Ujian : 19 Maret 2012

Disahkan oleh:

Pembimbing Skripsi



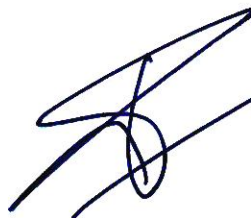
(Priyono, S.E., MSM)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen S – 1



(Dr. Wiwik Utami, S.E., Ak., M.S)



(H. Arief Bowo Prayoga K., S.E., M.M)

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi

Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, dan Loyalitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Air Minum dalam Kemasan Merek AQUA

Dipersiapkan dan Disusun Oleh:

Yudhi Hermawan

43108010114

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 19 Maret 2012

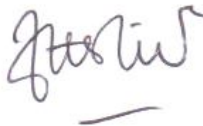
Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji/Pembimbing Skripsi



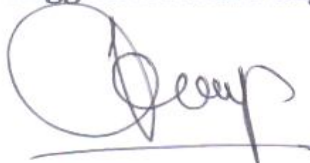
(Priyono, S.E., MSM)

Anggota Dewan Penguji



(Hesti Maheswari, S.E., M.Si)

Anggota Dewan Penguji



(Dr. Ir. Cecep Winata, M.Si)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah S.W.T. atas berkah dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir akademik dalam penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Air Minum dalam Kemasan Merek AQUA” guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Mercu Buana.

Begitu banyak hambatan dan kesulitan yang penulis rasakan selama proses penulisan skripsi ini, namun berkat bantuan serta dorongan dari berbagai pihak maka penulisan skripsi ini dapat berjalan dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan penghargaan dan rasa terimakasih kepada:

1. M. Agus Sutarman dan Erni selaku orang tua penulis yang tidak pernah lelah memberikan semangat serta dorongan dalam segala hal.
2. Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, M.M selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Wiwik Utami, S.E., Ak., M.S selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.
4. H. Arief Bowo Prayoga K, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen S – 1 Universitas Mercu Buana.
5. Tri Wahyono, S.E., M.M dan Luna Haningsih, S.E., M.E selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana.

6. Priyono, S.E., MSM selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan saran, bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Seluruh Staff Pengajar Program Studi Manajemen S – 1 Universitas Mercu Buana.
8. Dian Feriana Prantias dan Meidiana Triani selaku kakak dan adik penulis. Terimakasih atas semangat dan kepeduliannya.
9. Manda Riska, S. Ikom yang telah memberikan motivasi dan membantu penulis dalam memahami penulisan skripsi ini. Tidak lupa atas kasih dan cintanya kepada penulis.
10. Teman-teman “tutuy apete” dan “mpc crew” yang banyak memberikan semangat kepada penulis.
11. Bapak Sukani selaku Ketua RW. 06 Kunciran Indah.
12. Kawan-kawan Civitas Mercu Buana jurusan Manajemen S – 1 2008.

Penulis sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, namun penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 31 Januari 2012

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
ABSTRAK	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Tujuan Penelitian.....	5
1.4.2 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Pemasaran.....	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran	8

2.1.2	Konsep Pemasaran.....	10
2.1.3	Pengertian Manajemen Pemasaran.....	11
2.2	Bauran Pemasaran.....	13
2.3.	Unsur Produk	15
2.4.	Merek.....	18
2.4.1	Pengertian Merek.....	18
2.4.2	Manfaat Merek	21
2.4.3	Peran Merek	22
2.4.4	Ekuitas Merek.....	23
2.5	Perilaku Konsumen	31
2.5.1	Pengertian Perilaku Konsumen	31
2.5.2	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen	32
2.6	Pengambilan Keputusan Pembelian.....	35
2.7	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	37
2.8	Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, dan Loyalitas Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	43
BAB	III METODE PENELITIAN	46
3.1	Objek Penelitian.....	46
3.1.1	Lokasi Penelitian	46
3.1.2	Sejarah Singkat Perusahaan	46
3.1.3	Pengetahuan Produk AQUA	50

3.2	Desain Penelitian.....	56
3.3	Hipotesis	57
3.4	Variabel dan Skala Pengukuran.....	58
3.4.1	Skala Pengukuran	59
3.4.2	Definisi Operasional Variabel.....	59
3.5	Metode Pengumpulan Data	62
3.6	Jenis Data.....	63
3.7	Populasi dan Sampel	64
3.8	Metode Analisis Data	66
3.8.1	Analisis Deskriptif Kuantitatif	66
3.8.2	Analisis Validitas dan Reliabilitas.....	66
3.8.3	Analisis Regresi Berganda	67

BAB IV ANALISIS HASIL PENELITIAN

4.1	Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas dan Loyalitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Air Minum dalam Kemasan Merek AQUA	70
4.1.1	Karakteristik Responden.....	70
4.1.2	Tanggapan Responden.....	73
a.	Kesadaran Merek (X1).....	73
b.	Persepsi Kualitas (X2)	76
c.	Loyalitas Merek (X3).....	81
d.	Keputusan Pembelian (Y)	85
4.1.3	Rekapitulasi Hasil Data.....	89

4.1.4	Uji Validitas	92
4.1.5	Uji Reliabilitas.....	95
4.1.6	Uji Regresi Berganda.....	98
BAB	V KESIMPULAN DAN SARAN	106
5.1	Kesimpulan.....	106
5.2	Keterbatasan Penelitian	107
5.3	Saran.....	108
	DAFTAR PUSTAKA.....	110
	LAMPIRAN	112

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Operasional Variabel Kesadaran Merek (X1).....	60
Tabel 3.2	Operasional Variabel Persepsi Kualitas (X2)	60
Tabel 3.3	Operasional Variabel Loyalitas Merek (X3)	61
Tabel 3.4	Operasional Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	62
Tabel 3.5	Jumlah warga Kelurahan Kunciran Indah Rw. 06 Pinang – Tangerang	64
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	70
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	71
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	72
Tabel 4.5	Tanggapan Responden pada Pernyataan 1 (X1)	73
Tabel 4.6	Tanggapan Responden pada Pernyataan 2 (X1)	74
Tabel 4.7	Tanggapan Responden pada Pernyataan 3 (X1)	74
Tabel 4.8	Tanggapan Responden pada Pernyataan 4 (X1)	75
Tabel 4.9	Tanggapan Responden pada Pernyataan 1 (X2)	76
Tabel 4.10	Tanggapan Responden pada Pernyataan 2 (X2)	77
Tabel 4.11	Tanggapan Responden pada Pernyataan 3 (X2)	77
Tabel 4.12	Tanggapan Responden pada Pernyataan 4 (X2)	78
Tabel 4.13	Tanggapan Responden pada Pernyataan 5 (X2)	79
Tabel 4.14	Tanggapan Responden pada Pernyataan 6 (X2)	79
Tabel 4.15	Tanggapan Responden pada Pernyataan 7 (X2)	80

Tabel 4.16	Tanggapan Responden pada Pernyataan 1 (X3)	81
Tabel 4.17	Tanggapan Responden pada Pernyataan 2 (X3)	82
Tabel 4.18	Tanggapan Responden pada Pernyataan 3 (X3)	83
Tabel 4.19	Tanggapan Responden pada Pernyataan 4 (X3)	84
Tabel 4.20	Tanggapan Responden pada Pernyataan 5 (X3)	84
Tabel 4.21	Tanggapan Responden pada Pernyataan 1 (Y)	85
Tabel 4.22	Tanggapan Responden pada Pernyataan 2 (Y)	86
Tabel 4.23	Tanggapan Responden pada Pernyataan 3 (Y)	86
Tabel 4.24	Tanggapan Responden pada Pernyataan 4 (Y)	87
Tabel 4.25	Tanggapan Responden pada Pernyataan 5 (Y)	88
Tabel 4.26	Data Responden berdasarkan Jenis Kelamin, Usia, Pendapatan dan Pekerjaan	89
Tabel 4.27	Data Rekapitulasi Berdasarkan Tanggapan Konsumen Mengenai Kesadaran Merek (X1)	89
Tabel 4.28	Data Rekapitulasi Berdasarkan Tanggapan Konsumen Mengenai Persepsi Kualitas (X2).....	90
Tabel 4.29	Data Rekapitulasi Berdasarkan Tanggapan Konsumen Mengenai Loyalitas Merek (X3)	91
Tabel 4.30	Data Rekapitulasi Berdasarkan Tanggapan Konsumen Mengenai Keputusan Pembelian (Y).....	91
Tabel 4.31	Uji Validitas Kesadaran Merek (X1).....	92
Tabel 4.32	Uji Validitas Persepsi Kualitas (X2)	93
Tabel 4.33	Uji Validitas Loyalitas Merek (X3).....	94

Tabel 4.34	Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	95
Tabel 4.35	Uji Reliabilitas Variabel Kesadaran Merek (X1).....	96
Tabel 4.36	Uji Reliabilitas Persepsi Kualitas (X2).....	97
Tabel 4.37	Uji Reliabilitas Loyalitas Merek (X3).....	97
Tabel 4.38	Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)	98
Tabel 4.39	Koefisien Determinasi dan Koefisien Korelasi.....	99
Tabel 4.40	Tabel ANOVA	101
Tabel 4.41	Uji t.....	103

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Konsep-Konsep Pemasaran Inti.....	11
Gambar 2.2	Empat Komponen Bauran Pemasaran	13
Gambar 2.3	Konsep <i>Brand Equity</i>	24
Gambar 2.4	Piramida Kesadaran Merek	25
Gambar 2.5	Nilai Dari Kesan Kualitas	26
Gambar 2.6	Piramida Loyalitas Merek	29
Gambar 2.7	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	32
Gambar 2.8	Proses Keputusan Pembelian.....	38
Gambar 3.1:	Logo Air Minum dalam Kemasan merek AQUA	46
Gambar 3.2:	Varian Produk AQUA.....	56
Gambar 4.1:	Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho Untuk Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, dan Loyalitas Merek.....	104

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	112
Lampiran II	116
Lampiran III	120
Lampiran IV	127
Lampiran V	129
Lampiran VI	130
Lampiran VII.....	131