



**PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK,
PERSEPSI KUALITAS DAN LOYALITAS MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CHOCOBEAN
(STUDI KASUS DI CHOCOBEAN CAFE KUDUS)**

Oleh :

DWI PAMUNGKAS

NIM. 2012-11-169

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2018**

**PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK,
PERSEPSI KUALITAS DAN LOYALITAS MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CHOCOBEAN**
(STUDI KASUS DI CHOCOBEAN CAFE KUDUS)

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Pengaji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

Kudus, 2017

Mengetahui
Ketua ProgDi



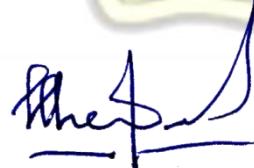
Agung Subono, SE, M.Si.
NIDN. 0520017602

Pembimbing I



Dr. Drs. Ag. Sunarno H, SH, S.Pd. MM.
NIDN. 0026065516

Mengetahui
Dekan,



Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM.
NIDN. 0618066201

Pembimbing II



Dian Wismar'ein, SE, MM.
NIDN. 0612127702

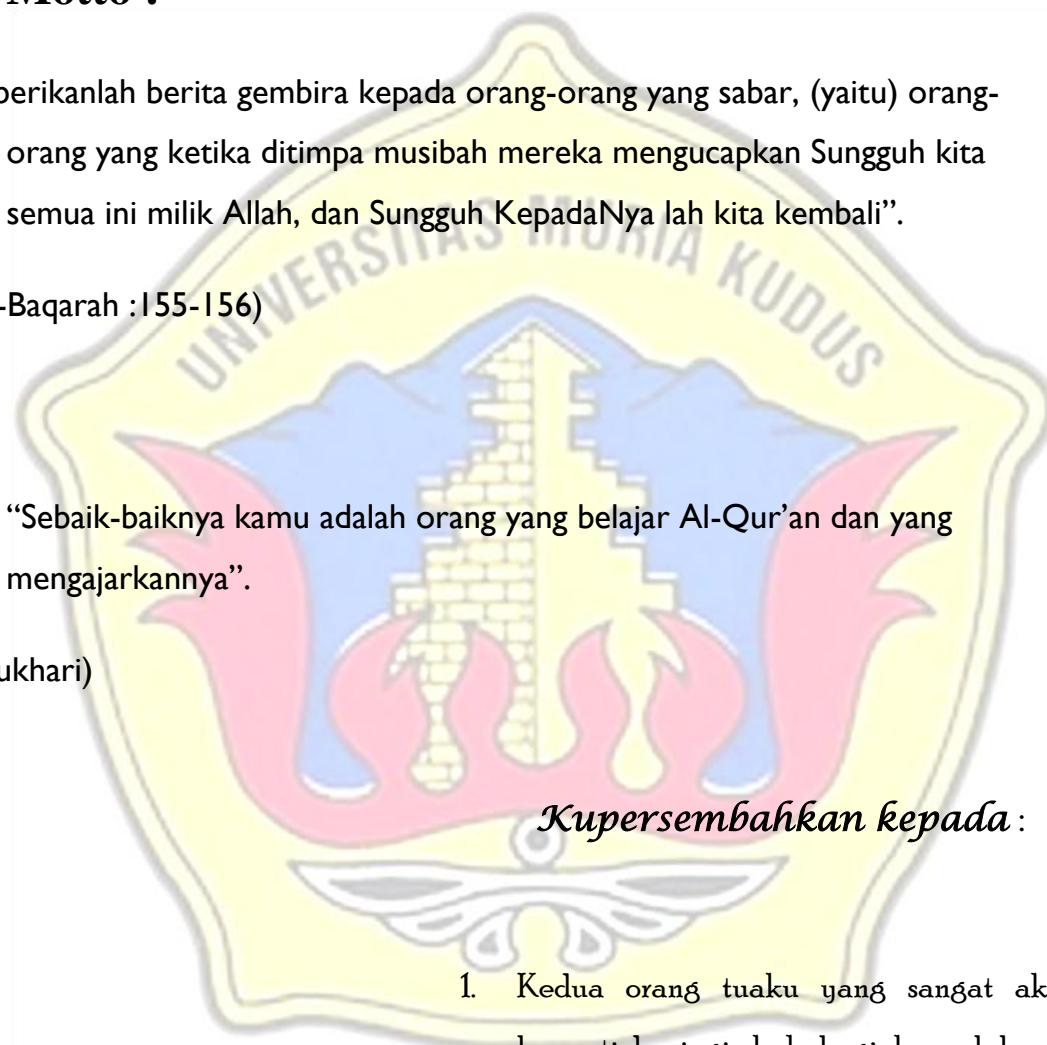


MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Dan berikanlah berita gembira kepada orang-orang yang sabar, (yaitu) orang-orang yang ketika ditimpa musibah mereka mengucapkan Sungguh kita semua ini milik Allah, dan Sungguh KepadaNya lah kita kembali”.

(QS.al-Baqarah :155-156)



1. Kedua orang tuaku yang sangat aku hormati dan ingin kubahagiakan selalu.
2. Sanak saudara semuanya yang telah memberikan dukungan yang tak berbentuk yaitu berupa do'a.
3. Rekan-rekan seperjuanganku.
4. Almamater kebanggaanku.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat serta kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang mengambil judul “Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas Dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Chocobean* (Studi Kasus Di *Chocobean Cafe* Kudus). Adapun maksud penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus. Terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis menghaturkan terima kasih bagi semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun materil baik langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, terutama kepada:

1. Bapak Dr. H. Mohammad Edris, Drs. MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.
2. Bapak Agung Subono, SE, M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.
3. Bapak Dr. Drs. Ag. Sunarno H, SH. S.Pd. MM., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan pengarahananya dalam penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Dian Wismar'ein, SE. MM., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahananya dalam penyusunan skripsi ini.

5. Segenap dosen pengajar dan karyawan Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus atas bimbingan, bantuan pelayanan dan kerjasamanya.
6. Seluruh responden yaitu konsumen yang membeli *Chocobean* di *Chocobean Cafe* Kudus yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk mengisi kuisioner yang penulis bagikan.
7. Teristimewa kepada orang tua penulis yang selalu mendoakan, memberikan motivasi dan pengorbanannya baik dari segi moril, materi kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga segala bantuan dan kebaikan tersebut mendapat limpahan balasan dari Allah SWT. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa hasil penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, namun penulis telah berusaha dengan segenap pikiran dan kemampuan agar dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Kudus,

2017

Penulis

DWI PAMUNGKAS

NIM. 2012-11-169

ABSTRAKSI

PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK, PERSEPSI KUALITAS DAN LOYALITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *CHOCOBEAN* (*STUDI KASUS DI CHOCOBEAN CAFE KUDUS*)

DWI PAMUNGKAS

NIM. 2012-11-169

Dosen Pembimbing : 1. Dr. Drs. Ag. Sunarno H, SH. S.Pd. MM.
2. Dian Wismar'ein, SE. MM.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas dan loyalitas merek terhadap keputusan pembelian *chocobean* (*studi kasus di chocobean cafe kudus*).

Dimana diajukan empat variabel bebas dan satu variabel terikat, yaitu kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas dan loyalitas merek sebagai variabel bebas dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat.

Penelitian ini dilakukan dengan metode survei terhadap konsumen yang membeli *Chocobean* di *Chocobean Cafe* Kudus dan dianalisis dengan regresi. Tahap pertama menguji validitas dan reliabilitas pertanyaan setiap variabel. Tahap kedua, meregresi kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas dan loyalitas merek terhadap keputusan pembelian *chocobean* (*studi kasus di chocobean cafe kudus*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas dan loyalitas merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian *chocobean* (*studi kasus di chocobean cafe kudus*).

Perusahaan disarankan memberikan potongan harga pada even-even tertentu dan mempertahankan serta meningkatkan sistem promosi.

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



ABSTRACT

THE EFFECT OF BRAND AWARE, BRAND ASSOCIATION, QUALITY PERCEPTION AND BRAND LOYALTY TO DEGREE OF CHOCOBEAN PURCHASE (CASE STUDY IN CHOCOBEAN CAFE KUDUS)

DWI PAMUNGKAS

NIM. 2012-11-169

Guidance Lecturer : 1. Dr. Drs. Ag. Sunarno H, SH. S.Pd. MM.
2. Dian Wismar'ein, SE. MM.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

ECONOMIC DEPARTMENT OF MANAGEMENT PROGRAM

This study aims to analyze the effect of brand aware, brand association, quality perception and brand loyalty to decree of chocobean purchase (case study in chocobean cafe Kudus). Where is proposed four independent variables and one dependent variable, that is brand aware, brand association, quality perception and brand loyalty as independent variable and decree of purchase as dependent variable.

This research was conducted by survey method to customer at chocobean cafe Kudus and analyzed by regression. The first phase tested the validity and reliability questions for each variable. The second phase, regressed brand aware, brand association, quality perception and brand loyalty to decree of chocobean purchase (case study in chocobean cafe Kudus).

The results showed that brand aware, brand association, quality perception and brand loyalty have a significant positive effect on decree of chocobean purchase in chocobean cafe Kudus. Company are encouraged to provide discounts on certain events and improve the promotion system.

Keywords: *brand aware, brand association, quality perception, brand loyalty and decree of purchase.*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup	5
1.3. Rumusan Masalah	5
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Ekuitas Merek.....	8
2.2. Kesadaran Merek.....	9

2.3. Asosiasi Merek	12
2.4. Persepsi Kualitas	14
2.5. Loyalitas Merek.....	16
2.6. Keputusan Pembelian	18
2.7. Pengaruh Antar Variabel	21
2.8. Penelitian Terdahulu.....	23
2.9. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	26
2.10. Hipotesis.....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1. Rancangan Penelitian	28
3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	29
3.3. Jenis dan Sumber Data	31
3.4. Penentuan Populasi dan Sampel	32
3.5. Metode Pengumpulan Data	33
3.6. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	33
3.7. Pengolahan Data.....	34
3.8. Metode Analisis Data	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1. Uji Instrumen Data	42
4.2. Penyajian Data	45
4.3. Analisis Data	51
4.4. Pembahasan	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	65

5.1. Kesimpulan.....	65
5.2. Saran-saran	66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas Variabel Kesadaran Merek	42
Tabel 4.2. Hasil Uji Validitas Variabel Asosiasi Merek.....	43
Tabel 4.3. Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kualitas	43
Tabel 4.4. Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Merek	44
Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	44
Tabel 4.6. Hasil Pengujian Reliabilitas	45
Tabel 4.7. Pengelompokan Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	46
Tabel 4.8. Pengelompokan Berdasarkan Usia Responden.....	46
Tabel 4.9. Frekuensi Variabel Kesadaran Merek	47
Tabel 4.10. Frekuensi Variabel Asosiasi Merek	48
Tabel 4.11. Frekuensi Variabel Persepsi Kualitas	49
Tabel 4.12. Frekuensi Variabel Loyalitas Merek.....	50
Tabel 4.13. Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	51
Tabel 4.14. Hasil Uji <i>One Sample Kolmogorof-Smirno Test</i>	52
Tabel 4.15. Hasil Uji Multikolinieritas	53

Tabel 4.16. Hasil Uji Heteroskedastisitas	54
Tabel 4.17. Hasil Analisis Regresi.....	55
Tabel 4.18. Hasil Pengujian Berganda (dengan Signifikansi $\alpha=5\%$).....	59
Tabel 4.19. Nilai <i>Adjusted R Square</i>	60



DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1. Piramida <i>Brand Awareness</i>	10
Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran Teoritis	26

