

**PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK,
PERSEPSI KUALITAS DAN LOYALITAS MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi pada Mahasiswa Pengguna Bedak Pixy di Purwokerto)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

**SHYNDI VINASIH ASTRININGDYAH
1802010051**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2022**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK,
PERSEPSI KUALITAS DAN LOYALITAS MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi pada Mahasiswa Pengguna Bedak Pixy di Purwokerto)**



SKRIPSI

Oleh:

**SHYNDI VINASIH ASTRINGDYAH
1802010051**

Diperiksa dan Disetujui oleh:

Pembimbing,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Agung', is written over a horizontal line.

**Muchammad Agung Miftahuddin, SE.M.Si
NIK. 2160159**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Shyndi Vinasih Astriningdyah
NIM : 1802010051
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : **Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Bedak Pixy di Purwokerto)**

Telah berhasil dipertahankan dihadapan para Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Ketua : Muchammad Agung Miftahuddin, S.E., MSi

Anggota 1 : Alfalisyado, SE., Sy., ME

Anggota 2 : Mastur Mujib Ikhsani, SE., MSi

Ditetapkan : Purwokerto
Tanggal : 23 Agustus 2022

Mengetahui :

Dekan Fakultas ekonomi dan bisnis



Dr. Hj Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si.
NIK. 2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Shyndi Vinasih Astriningdyah
NIM : 1802010051
Program Studi : Manajemen SI
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan sebenar-benarnya serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia memertanggung jawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 23 Agustus 2022

Yang membuat pernyataan



Shyndi Vinasih Astriningdyah

HALAMAN PERNYATAN PERSETUJUAN PUBLIKSASI SKRIPSI KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Shyndi Vinasih Astriningdyah
NIM : 1802010051
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah
Purwokerto Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non Exclusive Royalty-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul :

PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK, PERSEPSI KUALITAS DAN LOYALITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Mahasiswa Pengguna Bedak Pixy di Purwokerto)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia/ mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Purwokerto, Agustus 2022



Shyndi Vinasih A

MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka, apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain) dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.”

(Q.S. Al-Insyirah: 6-8)

“Kesuksesan dan kebahagiaan terletak pada diri sendiri. Tetaplah berbahagia, dan kebahagiaanmu dan kamu akan membentuk sebuah karakter kuat melawan kesulitan.”

(Helen Keller)

“Kesuksesan tidak datang secara tiba-tiba, tetapi dilakukan dengan serangkaian proses petualangan yang panjang dan melelahkan.”

(Shyndi Vinasih Astriningdyah)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan KaruniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan tepat waktu. Dengan penuh semangat dan rasa syukur, penulis mempersembahkan skripsi ini kepada orang-orang yang berjasa bagi penulis.

- Untuk kedua orang tua saya Bapak Tuwuh Dumadi dan Ibu Marsini yang tercinta, sebagai tanda sayang, bakti, hormat dan terima kasih yang tidak terhingga atas dukungan, kasih sayang, kerja keras, bimbingan dan motivasi serta doa yang telah diberikan selama ini.
- Kakak saya Toni Ade Sudrajat dan Mira Yanita Werdiningdyah sebagai tanda terimakasih atas dukungan dan bimbingannya selama ini.

Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah diberikan.

Aamiin.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur Saya panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala, karena atas berkat dan rahmat-Nya, Saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik, sholawat dan salam senantiasa tercurah kepada Rasulullah Shallallahu 'Alaihi Wasallam, yang mengantarkan manusia dari zaman kegelapan ke zaman terang benderang. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi Saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, Saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Jebul Suroso, S.Kp., M.Kep., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Dr. Hj. Naelati Tubastuvi, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
3. Muchammad Agung Miftahuddin, SE, M.Si selaku dosen pembimbing saya yang sudah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing, mengarahkan dan memberikan masukan sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
4. Alfalisyanto, SE., Sy., M.E selaku dosen penguji I dan Mastur Mujib Ikhsani, SE., M.Si selaku dosen penguji II yang telah memberikan saran dan masukan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

5. Mastur Mujib Ikhsani, SE., M.Si selaku dosen pembimbing akademik yang telah membantu dan membimbing saya selama dibangku perkuliahan sehingga saya dapat menyelesaikan studi tepat waktu.
6. Bapak/Ibu dosen, seluruh staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama berada dibangku perkuliahan dan atas segala bantuan dalam bentuk pelayanan serta fasilitas yang diberikan.
7. Untuk kedua orang tua saya, yang selalu memberikan motivasi, bimbingan, doa dan kasih sayang sehingga penulis selalu bersemangat dan optimis menghadapi setiap masalah dalam penyusunan skripsi ini. Terimakasih untuk Ibu dan Bapak atas supportnya sehingga penulisan skripsi ini bisa selesai tepat waktu.
8. Untuk kakak saya Toni Ade Sudrajat dan Mira Yanita Werdiningdyah yang selalu memberikan dukungan, doa, dan kasih sayang sehingga penulis selalu bersemangat dalam penyusunan skripsi ini.
9. Untuk teman-teman saya Ages Parastiti, Pratiwi Wijayati, Dwi Indah Lestari, Hardini Nur Rizki, Ella Afiani, Puti Kalia, dan teman-teman yang lain yang tidak bisa saya sebutkan yang selalu memotivasi, memberikan semangat, dan memberikan bantuan kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini, terimakasih banyak untuk kalian.
10. Untuk Hafizh Azhar terimakasih banyak atas supportnya selama ini yang selalu sabar mendengarkan keluh kesah saya, yang selalu menemani dikala membutuhkan bantuan apapun dan selalu berusaha memberikan keyakinan

untuk terus maju, sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.

11. Teman-teman seperjuangan Manajemen S1 Angkatan 2018 khususnya Manajemen B dan teman-teman bimbingan Bapak Agung, semangat dan sukses untuk kita semua. Terimakasih atas masukan, dukungan serta pengalaman kuliah yang sangat luar biasa.
12. Terima kasih semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini.
13. Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, for just being me at all times. Akhir kata, penulis berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu saya. Semoga skripsi ini akan membawa manfaat bagi pengembangan ilmu selanjutnya. Aamiin.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Purwokerto, Agustus 2022

Shyndi Vinasih A

**PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK,
PERSEPSI KUALITAS DAN LOYALITAS MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi pada Mahasiswa Pengguna Bedak Pixy di Purwokerto)**

Shyndi Vinasih Astriningdyah¹
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Email : shyndivinasih2207@gmail.com

Muchammad Agung Miftahuddin²
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Email : muchammadagungm@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kesadaran merek, persepsi kualitas dan loyalitas merek terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, teknik pengambilan sampel *non probability*, didapat melalui *purposive sampling* adalah metode penetapan sampel dengan berdasarkan kriteria-kriteria tertentu. Sampel penelitian ini sebesar 110 responden. Data dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif, uji asumsi klasik dan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas dan loyalitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara parsial variabel kesadaran merek dan asosiasi merek, persepsi kualitas dan loyalitas merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

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

***THE EFFECT OF BRAND AWARENESS, BRAND
ASSOCIATIONS, QUALITY PERCEPTIONS AND BRAND
LOYALTY ON PURCHASE DECISIONS
(Study on Pixy Powder Users in Purwokerto)***

Shyndi Vinasih Astriningdyah¹
Faculty of Economics and Business
Muhammadiyah University Purwokerto
Email : shyndivinasih2207@gmail.com

Muchammad Agung Miftahuddin²
Faculty of Economics and Business
Muhammadiyah University Purwokerto
Email : muchammadagungm@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze brand awareness, perceived quality and brand loyalty on purchasing decisions. This study uses quantitative methods, non-probability sampling techniques, obtained through purposive sampling is a method of determining the sample based on certain criteria. The sample of this research is 110 respondents. Data were analyzed using descriptive analysis, classical assumption test and multiple regression analysis. The results showed that the variables of brand awareness, brand association, perceived quality and loyalty simultaneously had a significant effect on purchasing decisions. Partially, brand awareness and brand association variables, perceived quality and brand loyalty have a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *Brand awareness, brand association, perceived quality, brand loyalty, purchasing decisions.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	7
C. Pembatasan Masalah	8
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
E. Manfaat	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori	10
1. Pengertian perilaku konsumen	10
2. Keputusan Pembelian	11
3. Pengertian, Peran dan Kegunaan Merek	14
4. Ekuitas Merek (<i>Brand Equity</i>)	15
B. Hasil Penelitian Terdahulu	22
C. Kerangka Pemikiran	27
D. Hipotesis	31

BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Jenis Penelitian	32
B. Populasi dan Sampel.....	32
C. Jenis, Sumber Data, dan Teknik Pengumpulan Data	34
D. Variabel Penelitian.	36
E. Definisi Operasional.....	37
F. Analisis Deskripsif	40
G. Metode Analisis Data	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
A. Hasil Penelitian.....	53
B. Deskripsi Responden.....	54
C. Uji Instrumen.....	63
D. Uji Asumsi Klasik	68
E. Analisis Data	72
F. Pembahasan	83
BAB V PENUTUP	92
A. Kesimpulan.....	92
B. Keterbatasan Penelitian	93
C. Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN.....	98

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Top Brand</i> Indeks Bedak Padat di Indonesia.....	2
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3.1 Definisi Konsep, Operasional & Indikator	37
Tabel 4.1 Kategori Kosmetik Pixy.....	54
Tabel 4.2 <i>Respondent Rate</i>	55
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat	56
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Universitas.....	57
Tabel 4.6 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Kesadaran Merek	58
Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskriptif Asosiasi Merek.....	59
Tabel 4.8 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Persepsi Kualitas	60
Tabel 4.9 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Loyalitas Merek	61
Tabel 4.10 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian.....	62
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Kesadaran Merek.....	64
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Asosiasi Merek.....	64
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kualitas	65
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Merek.....	66
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	67
Tabel 4.17 Ringkasan Hasil Uji Reliabilitas	68
Tabel 4.18 Hasil Uji Normalitas	69
Tabel 4.19 Hasil Uji Multikolinearitas	70
Tabel 4.20 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	72
Tabel 4.21 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	73
Tabel 4.22 Hasil Uji Koefisien Determinasi	75
Tabel 4.23 Hasil Uji F.....	76
Tabel 4.24 Hasil Uji t.....	78
Tabel 4.25 Ringkasan Pengujian Hipotesis.....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian	11
Gambar 2.2 Tingkatan <i>Brand awareness</i>	17
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	30
Gambar 3.1 Kurva uji F (Hipotesis Pertama).....	47
Gambar 3.2 Kurva Uji t Hipotesis Pertama	49
Gambar 3.3 Kurva Uji t Hipotesis Ketiga.....	50
Gambar 3.4 Kurva Uji t Hipotesis Keempat	51
Gambar 3.5 Kurva Uji t Hipotesis Kelima.....	52
Gambar 4.1 Kurva Uji F Hipotesis Pertama	77
Gambar 4.2 Kurva Uji t Hipotesis Kedua	79
Gambar 4.3 Kurva Uji t Hipotesis Ketiga.....	80
Gambar 4.4 Kurva Uji t Hipotesis Keempat.....	81
Gambar 4.5 Kurva Uji t Hipotesis Kelima.....	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	99
Lampiran 2. Data Responden.....	105
Lampiran 3. Tabulasi Kuesioner.....	109
Lampiran 4. Karakteristik Responden.....	124
Lampiran 5. Hasil Uji Statistik Deskriptif Responden.....	125
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas.....	127
Lampiran 7. Hasil Uji Reabilitas.....	132
Lampiran 8. Hasil Uji Normalitas.....	133
Lampiran 9. Hasil Uji Multikolinieritas.....	133
Lampiran 10. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	133
Lampiran 11. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	134
Lampiran 12. Hasil Uji Determinasi.....	134
Lampiran 13. Hasil Uji Simultan F.....	134
Lampiran 14. Hasil Uji t.....	135
Lampiran 15. r Tabel.....	136
Lampiran 16. t Tabel.....	137
Lampiran 17. F Tabel.....	139