

**PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK, LOYALITAS
MEREK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PRODUK SEPATU VANS DI BANTUL YOGYAKARTA**

*THE EFFECT OF BRAND AWARENESS, BRAND ASSOCIATION, BRAND
LOYALTY, AND BRAND IMAGE ON PURCHASING DECISIONS ON VANS
SHOES PRODUCTS IN BANTUL, YOGYAKARTA*



Disusun oleh:

DAVID ALEXANDER CANIAGO

20180410330

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2022

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : David Alexander Caniago

Nomor Mahasiswa : 20180410330

Menyatakan bahwa saya membuat skripsi ini yang berjudul **“PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK, LOYALITAS MEREK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SEPATU VANS DI BANTUL, YOGYAKARTA”** belum ada yang pernah mengajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada perguruan tinggi, serta sepanjang saya membuat karya tulis ini tidak terdapat karya yang pernah ditulis oleh orang lain, kecuali yang seara tertulis diacuan serta didalam Daftar Pustaka.

Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut di batalkan.

Yogyakarta 11 November 2022


METRAL
TEMPER
EA5AIOZ0441870
David Alexander Caniago

PERSEMBAHAN

1. Karya tulis ini saya persembahkan kepada orang tua saya Bapak Sigit Joko Purnomo serta ibu saya Ita Nurbiasih, adik saya Chintya Amanda Nirvana . Saya ucapkan terima kasih karena sudah memberikan semangat , doa dukungan secara materil maupun nonmateril.
2. Alm/Almh kakek nenek saya, om tante, adik sepupu saya, dan seluruh keluarga besar saya .
3. Dosen pembimbing skripsi Bapak Muhammad Miftahun Nadzir, BABA., MBA yang sudah meluangkan waktu,pikiran, dan tenaga untuk membimbing saya.

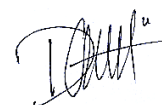
KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah kepada kita, alhamdulillah penulis bisa menyelesaikan skripsi yang telah disusun guna menyelesaikan study fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen.

Dikeempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih atas bimbingan , bantuan, dan doa dari banyak pihak karena :

1. Allah SWT sudah memberikan kemudahan dan kelancaran dalam segala urusan guna menyelesaikan penelitian ini.
2. Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, M.P. Selaku rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
3. Bapak Rizal Yaya, M.Sc., Ph.D., Ak., CA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Ibu Dr. Rr. Sri Handari Wahyuningsih, SE., M.Si. Selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
5. Muhammad Miftahun Nadzir, BABA., MBA Dosen pembimbing sudah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
6. Tenaga Pendidik dan Kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
7. Semua Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, sudah membantu melancarkan jalannya kegiatan.
8. Terakhir seluruh pihak yang sudah memberikan semangat dan bantuan.

Dalam menyelesaikan skripsi penulis menyadari jika dalam penelitian ini masih banyak kekurangan. Maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun serta berharap semoga penelitian ini bermanfaat bagi pembaca.



David Alexander Caniago

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI.....	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Bagi Penelitian	4
BAB II.....	6
TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Landasan Teori.....	6
B. Hubungan Antar Variabel Dan Hipotesis Penelitian.....	18
C. Temuan Riset Terdahulu	21
D. Hipotesis	23
E. Model Penelitian	24
METODE PENELITIAN.....	26
A. Pendekatan Penelitian.....	26
B. Subjek dan Objek penelitian.....	27
C. Metode Penyampelan dan Sampel Penelitian	27
D. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data	29

E. Identifikasi Variabel	30
F. Definisi Operasional	30
DAFTAR ISI	
G. Pengujian Kualitas Instrumen	32
H. Metode Analisis Data	37
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
A. Hasil Penelitian	40
a. Pengujian Validitas	47
b. Pengujian Reliabilitas	50
B. Pembahasan	81
SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN	86
A. Simpulan	86
B. Keterbatasan Penelitian	86
C. Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	90

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Temuan Riset Terdahulu.....	21
Tabel 3.1	Skala Likert.....	29
Tabel 3.2	Definisi Operasional.....	30
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian Pada Produk Sepatu Vans (Y).....	48
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Variabel Kesadaran Merek (X1).....	48
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Variabel Asosiasi Merek (X2).....	49
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Merek (X3).....	49
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (X4).....	50
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian Produk Sepatu Vans (Y), Kesadaran Merek (X1), Asosiasi Merek (X2), Loyalitas Merek (X3) dan Citra Merek (X4).....	51
Tabel 4.7	Kategori Interpretasi Skor Variabel Y.....	53
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Sepatu Vans (Y).....	53
Tabel 4.9	Kategori Interpretasi Skor Variabel X1.....	55
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Terhadap Kesadaran Merek (X1).....	55
Tabel 4.11	Kategori Interpretasi Skor Variabel X2.....	57
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Terhadap Asosiasi Merek (X2).....	58
Tabel 4.13	Kategori Interpretasi Skor Variabel X3.....	60
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Merek (X3).....	60
Tabel 4.15	Kategori Interpretasi Skor Variabel X4.....	62
Tabel 4.16	Tanggapan Responden Terhadap Citra Merek.....	62
Tabel 4.17	Nilai Uji Normalitas One-Sample Komolgorov-Smirnov.....	64
Tabel 4.18	Hasil Uji Multikolinearitas.....	66
Tabel 4.19	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	69
Tabel 4.20	Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi.....	72
Tabel 4.21	Pedoman Interpretasi Koefisiensi Korelasi.....	74
Tabel 4.22	Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Berganda.....	74
Tabel 4.23	Hasil Pengujian Simultan (Uji f).....	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Piramida Brand Awareness	6
Gambar 2.2	Model Penelitian	25
Gambar 4.1	Karakteristik Responden berdasarkan Umur	43
Gambar 4.2	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	44
Gambar 4.3	Diagram Karakteristik Responden berdasarkan Rata-Rata Uang Saku.....	44
Gambar 4.4	Diagram Karakteristik Responden berdasarkan Tipe Sepatu Vans ...	45
Gambar 4.5	Diagram Karakteristik Responden berdasarkan Jangka Penggunaan Sepatu Vans	46
Gambar 4.6	.Garis Kontinum Keputusan Pembelian Pada Produk Sepatu Vans (Y).....	54
Gambar 4.7	Garis Kontinum Kesadaran Merek (X1)	56
Gambar 4.8	Garis Kontinum Asosiasi Merek (X2)	59
Gambar 4.9	Garis Kontinum Loyalitas Merek (X3)	61
Gambar 4.10	Garis Kontinum Citra Merek (X4).....	63
Gambar 4.11	Grafik Normal P-P Plot Regression Standardized Residual.....	65
Gambar 4.12	Grafik Scatterplot.....	68
Gambar 4.13	Kurva Hasil Uji f secara simultan.....	81

