

**PENGARUH KESADARAN MEREK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KUALITAS PERSEPSIAN DAN MINAT BELI
(Smartphone Merek OPPO Di Daerah Istimewa Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF BRAND AWARENESS AND BRAND IMAGE
ON PERCEIVED QUALITY AND PURCHASE INTENTION
(Brand Smartphone OPPO in Special Region Yogyakarta)***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun oleh:

IKE LILIS SETIOWATI

20170410030

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2021

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Ike Lilis Setiowati

Nomor Mahasiswa : 20170410030

Judul Skripsi : **PENGARUH KESADARAN MEREK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KUALITAS PERSEPSIAN DAN MINAT BELI
(*Smartphone* Merek OPPO Di Daerah Istimewa Yogyakarta)**

Menyatakan bahwa Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam 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 dibatalkan.

Yogyakarta, 03 Maret 2021


Ike Lilis Setiowati

PERSEMBAHAN

Sebuah karya kecil paling berkesan dan hebat didalam hidupku yang akan dipersembahkan untuk orang – orang paling berharga disekitarku:

Orang tua aku tercinta bapak dan mama terima kasih atas semua yang telah kalian berikan, maafkan anakmu ini yang selalu merepotkan, terima kasih telah menjadi guru, mentor terbaik dalam hidup aku dan yang selalu sabar mendidik anakmu ini, tanpa kalian aku bukan apa –apa.

Keluarga besar Markidi *family* dan sukidal *family* terima kasih atas (Omelannya, okehannya, masukan, kesabaran, dan dukungannya).

Teman baikku Frifal, Iffa, Vella, Dewi, Arbi. Terima kasih sudah menjadi teman baik dan pendengar yang baik.

Teman – teman Kost Putri Harjosuwitan: MbK Ika, mbK Linda, dan mbK Melinda, terima kasih banyak kalian keluarga paling keren di Jogja.

MbK Ida, mbK Arum, dan pak Manda. Terima kasih banyak atas Support dan dukungannya serta didikanya.

Kelurga besar KSPM FEB UMY terima kasih atas pengalaman dan ilmunya.

Keluarga besar RIAU UMY terima kasih atas support dan dukungannya

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan Judul “Pengaruh kesadaran merek dan citra merek terhadap kualitas persepsian dan minat beli (*smartphone* merek OPPO di Daerah Istimewa Yogyakarta)”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi organisasi dalam penggunaan taktik mempengaruhi dalam pengambilan keputusan organisasional dan memberikan ide pengembangan bagi peneliti selanjutnya.

Penyelesaian Skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dalam dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Bapak Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, MP., IPM.
2. Dekan Fakultas Ekonomi, Bapak Dr. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ak., CA.
3. Kepala Program Studi Manajemen Ibu Retno Widowati PA., SE., M.Si., Ph.D sekaligus Selaku Dosen Pembimbing yang selalu memberikan dukungan dan semangat serta Doa sehingga penulis dapat menyelesaikan Karya Tulis ini.

4. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah rela berbagi ilmu dengan penulis.
5. Seluruh karyawan Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang sudah membantu banyak hal kepada penulis selama ini
6. Kedua Orang tua yang selalu memberikan dorongan semangat dan Doa sehingga penulis dapat menyelesaikan Karya Tulis ini.
7. Semua Pihak yang terlibat dalam pembuatan Skripsi ini yang terlalu banyak untuk disebutkan.

Rasa hormat dan terima kasih bagi semua pihak atas segala dukungan dan doanya semoga Allah SWT membalas segala kebaikan yang telah mereka berikan kepada penulis. Amin.

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah membantu dan semoga Allah SWT melimpahkan karuniannya dalam setiap amal kebaikan kita dan diberikan balasan. Amin.

Yogyakarta, 03 Maret 2021

Penulis,



Ike Lilis Setiowati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
INTISARI	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	13
B. Hasil Penelitian Terdahulu	19
C. Pengembangan Hipotesis	25
D. Model Penelitian	34
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Objek dan Subjek Penelitian	36
B. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	36
C. Jenis Data	37
D. Teknik Pengumpulan Data	38
E. Defenisi Operasional Variabel Penelitian	39

F. Uji Kualitas Instrumen dan Data.....	40
G. Uji Hipotesis dan Alat Analisis	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	51
B. Gambaran Umum Subjek Penelitian	51
C. Rincian Pendistribusian Kuesioner	52
D. Deskripsi Karakter Responden	53
E. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	56
F. Proses dan Hasil Analisis Data	64
G. Uji Hipotesis dan Pembahasan.....	95
BAB V SIMPULAN,SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN	
A. Simpulan	109
B. Keterbatasan Penelitian	109
C. Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA	113
LAMPIRAN.....	118

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Top Brand Award Index</i> 2017 sampai 2020.....	3
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3.1 Skala <i>Likert</i>	38
Tabel 3.2 Defenisi Operasional Variabel Tabel	39
Tabel 3.3 <i>Goodness Of Fit Index</i>	49
Tabel 4.1 Rincian Pedistribusian Kuesioner	54
Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	55
Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan Usia.....	56
Tabel 4.4 Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan	57
Tabel 4.5 Tanggapan Mengenai Kesadaran Merek.....	59
Tabel 4.6 Tanggapan Mengenai Citra Merek	61
Tabel 4.7 Tanggapan Mengenai Kualitas Persepsian	62
Tabel 4.8 Tanggapan Mengenai Minat Beli.....	64
Tabel 4.9 <i>Standardized Regression Weight Uji CFA</i> Variabel Kesadaran Merek.....	68
Tabel 4.10 <i>Standardized Regression Weight Uji CFA</i> Variabel Citra Merek	69
Tabel 4.11 <i>Standardized Regression Weight Uji CFA</i> Variabel Kualitas Persepsian.....	70
Tabel 4.12 <i>Standardized Regression Weight Uji CFA</i> Variabel Minat Beli.....	71
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas	72
Tabel 4.14 Hasil Pengolahan Data Outliers	75
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas	77

Tabel 4.16 <i>Correlation Independent Variabel</i>	78
Tabel 4.17 Hasil Uji <i>Goodness Of Fi</i>	79
Tabel 4.18 Hasil pengolahan data Outliers setelah seleksi data.....	84
Tabel 4.19 Hasil Uji Normalitas setelah seleksi data.....	86
Tabel 4.20 Hasil Uji <i>Boostraping</i> dengan prosedur <i>Bollen-Stine</i>	87
Tabel 4.21 <i>Correlation Independent Variabel</i> setelah seleksi data.....	88
Tabel 4.22 Hasil Uji <i>Goodness Of Fit</i> setelah seleksi data.....	89
Tabel 4.23 Hasil Uji pengaruh langsung.....	94
Tabel 4.24 Hasil Uji pengaruh tidak langsung.....	95
Tabel 4.25 Hasil Uji pengaruh total	96
Tabel 4.26 Hasil Uji <i>square multiple correlation</i>	96
Tabel 4.27 Hasil Uji Hipotesis	97
Tabel 4.28 Analisis Hipotesis Mediasi.....	99
Tabel 4.29 Hasil Pengujian Hipotesis	103

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Grafik Top Brand Index</i> 2018 sampai 2020.....	5
Gambar 2.1 Model Penelitian	37
Gambar 4.1 Full Model SEM Hipotesis Penelitian.....	71
Gambar 4.2 Hasil Uji CFA Kesadaran Merek	72
Gambar 4.3 Hasil Uji CFA Citra Merek	74
Gambar 4.4 Hasil Uji CFA Kualitas Persepsian	75
Gambar 4.5 Hasil Uji CFA Minat Beli	76
Gambar 4.6 Full Model <i>Standardized</i> SEM Hipotesis Uji Validitas	79
Gambar 4.7 Full Model <i>Standardized</i> SEM setelah dilakukan seleksi.....	88
Gambar 4.8 Analisis Jalur Model Penelitian.....	98