

**PENGARUH KESADARAN MEREK, PERSEPSI KUALITAS, ASOSIASI
MEREK, DAN LOYALITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN**

**(Survei pada Konsumen Produk Minuman Kopi Kenangan Daerah Istimewa
Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF BRAND AWARENESS, QUALITY PERCEPTION,
BRAND ASSOCIATION, AND BRAND LOYALTY ON PURCHASE DECISIONS***

(Survey on Consumers of Minuman Kopi Kenangan Daerah Istimewa Yogyakarta)

SKRIPSI

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



Oleh:

Nafla Yuniar M. Taslim

20170410015

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

2021

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Nafla Yuniar M. Taslim

Nomor Mahasiswa : 20170410015

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“PENGARUH KESADARAN MEREK, PERSEPSI KUALITAS, ASOSIASI MEREK, DAN LOYALITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada Konsumen Produk Minuman Kopi Kenangan di Daerah Istimewa Yogyakarta)”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila ternyata dalam karya ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 12 Juni 2021



METERAI
TEMPEL
7B2DAJX304828640
Nafla Yuniar M. Taslim

PERSEMBAHAN

Segala puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmatNya, hidayah, dan anugerah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Kupersembahkan skripsi ini untuk semua pihak yang telah memberikan motivasi, semangat, dan dukungan yang tiada henti sampai skripsi ini terselesaikan.

1. Ibunda tercinta Leli Alamri yang senantiasa selalu mendoakan, mengajari dan memberikan motivasi. Terima kasih untuk segala dukungan baik secara moril dan materil.
2. Kakakku Rivaldi M. Taslim S.Pd.I. dan Fahrul M. Taslim yang selalu mendoakan dan memberi dukungan kepadaku.
3. Ka Eka Dwi Yanti Putje, S.Ak. yang selalu memberikan semangat penulis dari awal mengerjakan skripsi, serta mau direpotkan oleh penulis, terima kasih banyak.
4. Om Rusdi Djufri yang selalu memberikan dukungan serta mau direpotkan oleh penulis.
5. Sahabatku Lulu Muthiah, Ali Zaenal Arifin, Syahrul Ramadhan, dan Alfatah Apriliadi P, yang membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini serta mau direpotkan oleh penulis
6. Teman seperjuanganku Hayati yang selalu *support* dan memberi semangat satu sama lain. Terima kasih banyak selama ini sudah mau susah senang sama-sama.

Semoga kita bisa sukses kedepannya dan tetap saling komunikasi walaupun jarak memisahkan kita.

7. Semua teman-teman Manajemen angkatan 2017 Universitas Muhammadiyah Yogyakarta atas kebersamaannya, terima kasih sudah menjadi teman saat kuliah dan berbagi pengalaman serta ilmu pengetahuan yang berharga.
8. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir (skripsi) ini.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberi karunia dan rahmat serta kemudahan dalam penulisan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian”**. 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 pihak-pihak yang membutuhkan.

Penyelesaian skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih tak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Rizal Yaya, SE., M.Sc., Ph.D., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Ibu Retno Widowati, PA., M.Si., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen.
3. Ibu Dra. Hasnah Rimiati, M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi, terima kasih telah menjadi pembimbing yang baik serta selalu memberikan masukan selama proses penyelesaian tugas akhir (skripsi) ini.

4. Seluruh Dosen Manajemen UMY yang sudah mendidik, membimbing, serta memberikan dan menyalurkan ilmunya kepada penulis selama berkuliah di kampus Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
5. Untuk Ibunda yang senantiasa selalu memberikan dorongan, semangat, dan perhatian kepada penulis hingga bisa menyelesaikan studi.
6. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir (skripsi) ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat diharapkan untuk perbaikan penelitian selanjutnya.

Yogyakarta, 15 Juli 2021



Nafla Yuniar M. Taslim

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
INTISARI	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Landasan Teori.....	9
1. Ekuitas Merek	9
2. Merek	10
3. Kesadaran Merek.....	10
4. Persepsi Kualitas	11
5. Asosiasi Merek.....	12
6. Loyalitas Merek.....	13
7. Keputusan Pembelian.....	14

B. Riset Penelitian Terdahulu.....	15
C. Pengembangan Hipotesis.....	26
D. Model Penelitian.....	31
BAB III.....	33
METODE PENELITIAN.....	33
A. Objek dan Subjek Penelitian.....	33
B. Jenis Data.....	33
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	34
D. Teknik Pengumpulan Data.....	34
E. Definisi Operasional Variabel.....	35
F. Uji Kualitas Intrumen dan Data.....	37
G. Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	38
BAB IV.....	42
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	42
B. Uji Kualitas Instrumen.....	47
C. Hasil Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	50
D. Pembahasan.....	54
BAB V.....	61
SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN.....	61
A. Simpulan.....	61
B. Keterbatasan Penelitian.....	62
C. SARAN.....	62
DAFTAR PUSTAKA.....	65

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel.....	35
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal.....	44
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	46
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Yang Mengonsumsi Kopi Kenangan	47
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas	48
Tabel 4.7. Hasil Uji Reliabilitas	49
Tabel 4.8. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda (Uji F, Uji t, Uji Koefisien Determinasi)	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Penelitian	32
------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	71
Lampiran 2. Data Hasil Kuesioner.....	76
Lampiran 3. Hasil Olah Data dan SPSS	91