

**PENGARUH *BRAND IDENTITY*, *BRAND IMAGE*, *BRAND AWARENESS*, DAN *PERCEIVED QUALITY*,
TERHADAP *PURCHASE DECISION*
PEPPER LUNCH DI SURABAYA**



OLEH:

**MARIANTI LIANTI JIMMY
3103013218**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2017**

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH *BRAND IDENTITY*, *BRAND IMAGE*, *BRAND AWARENESS*, DAN *PERCEIVED QUALITY*,
TERHADAP *PURCHASE DECISION*
PEPPER LUNCH DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen

OLEH:
Marianti Lianti Jimmy
3103013218

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2017

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH *BRAND IDENTITY*, *BRAND IMAGE*, *BRAND AWARENESS*, DAN *PERCEIVED QUALITY*,
TERHADAP *PURCHASE DECISION*
PEPPER LUNCH DI SURABAYA

Oleh:

Marianti Lianti Jimmy

3103013218

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

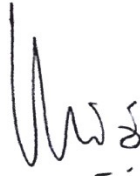
Dosen Pembimbing I,



F. N. Hendro Susanto, SE., MM

Tanggal: 21 Juni 2017

Dosen Pembimbing II,



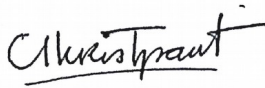
Maria Mia Kristanti, SE., MM

Tanggal: 3 Juli 2017

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Marianti Lianti Jimmy NRP 3103013218, telah diuji pada tanggal 21 Juli 2017 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji



Dr. Christina Esti Susanti, S.E., M.M., CPMAP

Mengetahui:

Dekan,

Ketua Jurusan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM., AK., CA.
NIK. 321.99.0370



Robertus Sigit H. L. SE., M.Sc.
NIK. 311.11.0678

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Marianti Lianti Jimmy

NRP : 3103013218

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Identity*, *Brand Image*, *Brand Awareness*, dan *Perceived Quality* Terhadap *Purchase Decision Pepper Lunch* di Surabaya.

Menyatakan bahwa tugas akhir ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui apabila karya tulis ini dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan Univesitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Dengan demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 3 Juli 2017

• Yang menyatakan,



Marianti Lianti Jimmy

KATA PENGANTAR

Puji serta Syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, karena berkat kasih dan segala peyertaanNya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini, tentunya tidak terlepas dari dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit H. L. SE., M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak F. N. Hendro Susanto, SE., MM selaku dosen pembimbing I yang telah berkenan untuk meluangkan waktunya dalam memberikan bimbingan, serta sabar dalam memberikan segala masukan saran yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
4. Ibu Maria Mia Kristanti, SE., MM selaku dosen pembimbing II yang telah berkenan untuk meluangkan waktunya dalam memberikan bimbingan, serta sabar dalam memberikan segala masukan saran yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen, khususnya Bapak dan Ibu dosen rumpun Manajemen Pemasaran

yang telah membimbing dan memberikan segala ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.

6. Keluargaku tercinta, Papa dan juga Mama yang tidak pernah lelah dalam memberikan semangat dan doa yang tulus kepada penulis, sehingga penulis dapat berjuang hingga titik akhir untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Teman-teman kuliah saya yang selalu memberikan semangat, dan dukungan kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis juga menyadari, bahwa penyusunan dan penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata, penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan bisa menambah wawasan pengetahuan bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 3 Juli 2017

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	
HALAMAN PERSETUJUAN.....	
HALAMAN PENGESAHAN.....	
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	
KATA PENGANTAR.....	
DAFTAR ISI.....	
DAFTAR TABEL.....	i
DAFTAR GAMBAR.....	
DAFTAR LAMPIRAN.....	
ABSTRAK.....	
ABSTRACT.....	
BAB 1 PENDAHULUAN.....	
1.1 Latar Belakang.....	
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	
1.4 Manfaat Penelitian.....	
1.5 Sistematika Penulisan.....	
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN	
2.1 Penelitian Terdahulu	
2.2 Landasan Teori	12
2.3 Model Penelitian	28
2.4 Hipotesis.....	29
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	
3.1 Desain Penelitian.....	

3.2	Identifikasi Variabel.....	
3.3	Definisi Operasional Variabel.....	
3.4	Pengukuran Variabel.....	
3.5	Jenis dan Sumber Data.....	
3.6	Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	
3.7	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	
3.8	Teknik Analisis Data.....	
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		
4.1	Deskriptif Hasil Penelitian.....	
4.2	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	52
4.3	Interpretasi Analisis Regresi Responden.....	54
4.4	Pembahasan.....	
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....		64
5.1	Simpulan.....	
5.2	Saran.....	
DAFTAR KEPUSTAKAAN		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang.....	11
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	44
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengetahuan Produk.....	45
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Produk Dua Bulan Sekali Pada Satu Tahun Terakhir.....	45
Tabel 4.6 Hasil Penilaian Rata-Rata <i>Brand Identity</i>	47
Tabel 4.7 Hasil Penilaian Rata-Rata <i>Brand Image</i>	48
Tabel 4.8 Hasil Penilaian Rata-Rata <i>Brand Awareness</i>	49
Tabel 4.9 Hasil Penilaian Rata-Rata <i>Perceived Quality</i>	50
Tabel 4.10 Hasil Penilaian Rata-Rata <i>Purchase Decision</i>	51
Tabel 4.11 Uji Validitas Responden.....	52
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas Responden.....	53
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas.....	54
Tabel 4.14 Uji Asumsi Multikolinearitas.....	55
Tabel 4.15 Uji Asumsi Heteroskedastisitas.....	55
Tabel 4.16 Uji t.....	56
Tabel 4.17 Uji F.....	57
Tabel 4.18 Koefisien Determinasi.....	58

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	28

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Responden
- Lampiran 2. Data Sampel Penelitian
- Lampiran 3. Hasil Statistik Deskriptif
- Lampiran 4. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
- Lampiran 5. Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 6. Analisis Regresi Linear Berganda
- Lampiran 7. Hasil Uji Asumsi Heteroskedastisitas

**PENGARUH *BRAND IDENTITY*, *BRAND IMAGE*, *BRAND AWARENESS*, DAN *PERCEIVED QUALITY*,
TERHADAP *PURCHASE DECISION*
PEPPER LUNCH DI SURABAYA**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis hubungan antara *Brand identity*, *brand image*, *brand awereness*, dan *perceived quality* terhadap *purchase decision pepper lunch* di surabaya. Penelitian ini merupakan penelitian kausal. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *snowball sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Tiap responden tersebut merupakan konsumen *pepper lunch* yang berdomisili di Surabaya. Data dikumpulkan melalui alat bantu kuesioner dan selanjutnya diolah dengan teknik analisis *Regresi linier sederhana dan berganda* menggunakan program SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *brand identity*, *brand image*, *brand awareness*, dan *perceived quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decicion*, oleh karena itu H1, H2, H3, H4, dan H5 didukung.

Kata kunci: *Brand Identity*, *Brand Image*, *Brand Awareness*, *Perceived Quality*, *Purchase Decicion*.

***THE EFFECT OF BRAND IDENTITY, BRAND IMAGE, BRAND
AWARENESS, AND PERCEIVED QUALITY,
ON PURCHASE DECISION
PEPPER LUNCH IN SURABAYA***

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the relationship between Brand identity, brand image, brand awareness, and perceived quality of purchase decision pepper lunch in Surabaya. This research is a causal research. The sampling technique used in this study is snowball sampling, with the sample number of 100 respondents. Each respondent is a pepper lunch consumer who is domiciled in Surabaya. Materials with questionnaire then processed by technique of simple and multiple linear regression analysis by using SPSS program. The results of this study indicate that brand identity, brand image, brand awareness, and perceived quality have a positive and significant influence on purchase decision, therefore H1, H2, H3, H4, and H5 are supported.

Keywords: Brand Identity, Brand Image, Brand Awareness, Perceived Quality, Purchase Decision.