

**PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK  
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KARTU PERDANA INTERNET IM3  
OOREDOO PADA SYFA CELL MADIUN**



OLEH :  
BERNADETA NINGSIH  
51416013

**PSDKU MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
KAMPUS KOTA MADIUN  
2020**

PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PERDANA  
INTERNET IM3 OOREDOO PADA SYFA CELL MADIUN

SKRIPSI  
Diajukan kepada  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
KAMPUS MADIUN  
Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Jurusan Manajemen

Oleh:  
Bernadeta Ningsih  
51416013

PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
KAMPUS KOTA MADIUN  
2020

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KARTU PERDANA INTERNET IM3 OOREDOO PADA SYFA CELL  
MADIUN**

Oleh :  
**Bernadeta Ningsih**  
51416013

Telah disetujui dan diuji oleh tim penguji

Pembimbing



**Ardianus Laurens P.,S.E,M.sc**  
NIDN. 0721048301

Tanggal: 3 Desember 2020

**HALAMAN PENGESAHAN**

**Skripsi yang ditulis oleh : Bernadeta Ningsih/ NIM 51416013**

Telah diuji pada tanggal 3 Desember 2020 dan dinyatakan lulus oleh tim penguji.

Ketua Tim Penguji :



Veronika Agustini Srimulyani, S.E., M.Si.  
NIDN. 0717128001

Mengetahui,

Dekan,



D. Ludovicus Lasdi, MM., Ak., CA., CPA  
NIDN. 0713097203

Ketua Jurusan,



Vivi Aryani, S.E., M.Sc  
NIDN. 0717128001

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN  
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya kampus Madiun:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bernadeta Nngsih

Nim : 51416013

Judul Skripsi : Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek dan kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet IM3 Ooredoo pada Syfa Cell Madiun.

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Madiun. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library*) Perpustakaan Widya Mandala Surabaya untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan undang-undang Hak Cipta.

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

Madiun, 3 Desember 2020  
Yang menyatakan



(BernadetaNingsih)

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana internet IM3 Ooredoo Pada Syfa Cell Madiun” sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (Kampus Kota Madiun).

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa penulisan ini tidak dapat terselesaikan tanpa doa serta dukungan dari berbagai pihak baik moral maupun materil. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus karena atas berkat dan rejekinya saya bisa menempuh pendidikan perguruan tinggi dan dilancarkan segala urusan.
2. Ardianus Laurens P., S.E., M.Sc selaku dosen pembimbing yang telah sabar, teliti, dan ikhlas meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, semangat, motivasi, dan saran – saran yang sangat berharga kepada penulis selama menyusun skripsi.
3. Ibu Vivi Ariyani, S.E., M.Sc selaku ketua Program Studi Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Madiun.
4. Seluruh Bapak/Ibu dosen Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman selama masa perkuliahan.
5. Kepada Ibu Kristina selaku staf Program Studi Manajemen dan seluruh pegawai perpustakaan yang telah banyak memberikan bantuannya selama masa studi.
6. Kedua orang tua atas doa dan support yang memotivasi saya untuk selalu berjuang serta bersemangat untuk menyelesaikan penyusunan skripsi.

7. Adik yang selalu memberikan semangat, dukungan dan doa dalam menyusun skripsi.
8. Seluruh keluarga besar penulis yang selalu memberikan doa, dukungan, dan motivasi kepada penulis dalam proses pengerjaan skripsi.
9. Seluruh teman-teman seangkatan, teman-teman KKN serta teman kelas Manajemen A angkatan 2016 dan yang telah mengisi hari-hari selama perkuliahan.
10. Teman seperjuangan Agnes Lusiana, Krisfina Clara, Eli Riski P, temankontrakanhusinpalila 01 Devi kristian, Nina, Cici dan keduasepupu Sindy dan Latih serta anak-anak PKBBM yang selalumenjadi tempat berbagi cerita dan memberikansupport selama penulisan penelitian ini.
11. Pak Christian selakupemilikusahaSyfa Cell yang telah memberikan izin untuk mempersilahkan peneliti untuk melakukan penelitian. Dan seluruh responden yang ada pada obyek penelitian skripsi ini yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner guna membantu proses penyelesaian skripsi.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan doa, motivasi, serta bantuan sehingga skripsi ini mampu selesai.

Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam penyusunan bahwa skripsi ini, baik dari segi bahasamaupun isi. Oleh karena itu untuk penelitian yang akan datang dengan tema serupa agar dapat lebih menyempurnakan daripada hasil laporan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.

Madiun, 3 Desember 2020



Bernadeta Ningsih

## DAFTAR ISI

	HALAMAN
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan.....	6
1.4 Mamfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Pemasaran.....	9
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	10
2.1.4 Merek.....	15
2.1.5 Ekuitas Merek.....	16
2.1.6 Kualitas Produk.....	21
2.1.7 Keputusan Pembelian.....	23
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	25
2.3 Penelitian Terdahulu.....	28
2.4 Hipotesis.....	30
2.5 Kerangka Konseptual.....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Desain Penelitian.....	31
3.2 Identifikasi,Definisi Operasional, Dan Pengukuran Variabel.....	31
3.3 Jenis Dan Sumber Data.....	33
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	34
3.5 Populasi, Sampel, Dan Teknik Pengambilan Sampel.....	35
3.6 Analisa Data.....	36
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	41
4.2 Data Responden.....	43
4.3 Hasil Penelitian.....	43
4.4 Uji Kualitas Data.....	47
a. Uji Validitas.....	47



b. Uji Reabilitas.....	48
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	49
a. Uji Normalitas .....	49
b. Multikoleniaritas .....	50
c. Uji Heterokedasitas .....	50
4.6 Uji Regresi Linear Berganda.....	51
4.7 Pengujian Hipotesis.....	52
a. Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	52
b. Uji t .....	52
4.8 Pembahasan.....	54
<b>BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN .....</b>	<b>58</b>
5.1 Simpulan .....	58
5.2 Keterbatasan .....	59
5.3 Saran.....	59
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

1.1 Peningkatan Penjualan Tiga Operator Indonesia .....	5
2.1 Penelitian Terdahulu .....	30
3.1 Skor Nilai Kuisisioner .....	34
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	42
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	42
4.3Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	42
4.4 Rentang Skala.....	43
4.5 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kesadaran Merek.....	44
4.6 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Asosiasi Merek .....	44
4.7 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk .....	45
4.8 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian .....	46
4.9 Hasil Uji Validitas.....	47
4.10 Hasil Uji Reliabilitas .....	48
4.11 Hasil Uji Multikoloniaritas .....	50
4.12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	51

## DAFTAR GAMBAR

2.1 KerangkaKonseptualPenelitian .....	30
4.1 Grafik Normal p-plot.....	49
4.2 Grafik Scatterplot .....	50
4.3 Kurva Penerimaan atau Penolakan X1 .....	53
4.4 Kurva Penerimaan atau Penolakan X2.....	54
4.5 Kurva Penerimaan atau Penolakan X3.....	54

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I : Kuisisioner
- Lampiran 2 : Distribusi Kauesioner
- Lampiran 3 : Karakteristik responden
- Lampiran 4 : Jawaban responden
- Lampiran 5 : Analisis Statistik Deskriptif
- Lampiran 6 : Uji Validitas Dan Reliabilitas
- Lampiran 7 : Uji Asumsi Klasik, Analisis Linear bergada, dan Uji Hipotesis,  
t Tabel dan R tabel.

PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PERDANA  
INTERNET IM3 OOREDOO PADA SYFA CELL MADIUN

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji signifikansi pengaruh positif kesadaran merek, asosiasi merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kartu perdana internet IM3 Ooredoo pada Syfa Cell Madiun. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan teknik purposive sampling. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kesadaran merek, asosiasi merek dan kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi sebesar (79,7%) artinya variabel mampu menentukan variasi keputusan pembelian sebesar 79,7%. Dalam penelitian ini variabel yang dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah kesadaran merek.

**Kata Kunci :** Kesadaran Merek, Asosiasi Merek Dan Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

THE INFLUENCE OF BRAND AWARENESS, BRAND ASSOCIATION AND  
PRODUCT QUALITY ON PURCHASE DECISION FOR IM3 OOREDOO  
INTERNET PRIME CARD ON SYFA CELL MADIUN

**ABSTRACT**

This study aims to examine the significance of the positive influence of brand awareness, brand association and product quality on the decision to purchase IM3 Ooredoo internet starter packs at Madiun Syfa Cell. The sample used in the study was 100 respondents with purposive sampling technique. Technical analysis of data using multiple linear regression. The results showed that the variables of brand awareness, brand association and product quality had a significant and positive effect on purchasing decisions. The coefficient of determination (79.7%) is a variable that is able to determine variations in purchasing decisions by 79.7%. The research variable that dominantly influences purchasing decisions is brand awareness.

**Keywords:** Brand Awareness, Brand Association and Product Quality,  
Purchasing Decision.