

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *BRAND AWARENESS*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SUBWAY**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Diajukan Oleh:

AFTA NUGRAHA

NPM: 19420047

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2023

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Nama : Afta Nugraha
NPM : 19420047
Alamat : Jl. Balongsari Praja I/27 Surabaya
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Subway**” bukan merupakan plagiasi atau saduran dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 09 September 2023



Afta Nugraha
19420047

SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *BRAND AWARENESS*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SUBWAY**

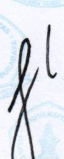
Diajukan Oleh:

AFTA NUGRAHA

NPM: 19420047


TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING


Lestari, S.E., MM

Tanggal, 26-7-2023

KETUA PROGRAM STUDI


Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM

Tanggal, 25-7-2023

SKRIPSI

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND AWARENESS
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SUBWAY**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

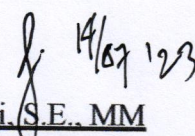
AFTA NUGRAHA

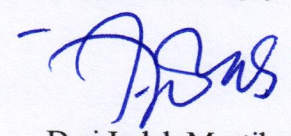
NPM: 19420047

Susunan Dewan Penguji

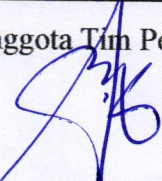
Sekretaris Tim Penguji/Pembimbing

Ketua Tim Penguji


Lestari, S.E., MM


Dwi Indah Mustikorini, SE, MM

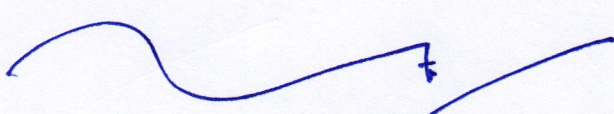
Anggota Tim Penguji


Djojo Dihardjo, SE., MM., MAk

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar sarjana manajemen

Tanggal 25 - 7 - 2023


Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM

Ketua Program Studi

ABSTRAK

Skripsi berjudul “**Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Subway**” atas nama Afta Nugraha. Di bawah bimbingan Bapak Lestari, S.E., MM. Untuk melakukan analisa pengaruh *brand image* dan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian produk Subway dilakukan pengujian dengan menggunakan dua variabel prediktor yakni *brand image* dan *brand awareness* beserta satu variabel konsekuensi yakni keputusan pembelian. Setelah melakukan kajian teori pustaka dan rancangan hipotesis, pengumpulan data dijalankan melalui penyebaran kuisioner penelitian terhadap 33 responden yang pernah membeli produk Subway sebagai sampel penelitian. Sampel penelitian diambil menggunakan cara *purposive sampling* yakni menentukan sampel dengan mempertimbangkan pertimbangan tertentu dengan sengaja. Lokasi penelitian berada di Jalan Gubeng No. 411 dan Pakuwon Mall Surabaya. Ketika penelitian menganalisis data dengan menggunakan metode uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linear berganda, uji hipotesis khususnya uji F dan uji t, serta koefisien determinasi. Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, hasil uji validitas dan reliabilitas menyatakan bahwa indikator berwujud valid serta reliabel. Untuk hasil uji asumsi klasik distribusi data wajar, tidak kedapatan multikolinieritas maupun heteroskedastisitas. Selanjutnya untuk uji hipotesis *brand image* ataupun *brand awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: *brand image*, *brand awareness*, dan keputusan pembelian

ABSTRACT

Research entitled “**The Influence of Brand Image and Brand Awareness on Purchasing Decisions of Subway Products**” on behalf of Afta Nugraha. Under the guidance of Mr. Lestari, S.E., MM. To analyze the impact of brand image and brand awareness on decisions to purchase Subway products, an experiment was performed using two predictive variables namely brand image and brand awareness, as well as a corollary variable, the purchase decision. After reviewing the theoretical literature and formulating hypotheses, data collection was performed by distributing research questionnaires to 33 respondents who attempted to purchase Subway products as a research sample. The research sample is drawn by purposive sampling, namely determining the sample taking into account certain considerations voluntarily. The study site is located at Jalan Gubeng No. 411 and Pakuwon Mall Surabaya. When studying data analysis by methods of validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis test, hypothesis test, especially test F and the t test, as well as the coefficient of termination. Based on the data analysis performed, the results of the validity and reliability tests show that the indicators are valid and reliable. For the results of the classical assumption test of rational data distribution, no multicollinearity or variable variance was found. Furthermore, test the brand image or brand awareness hypothesis has a positive and significant impact on the purchase decision.

Keywords: *brand image, brand awareness, dan purchase decisions*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan hidayah sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Subway”.

Penyusunan skripsi ini digunakan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi bagi mahasiswa program S-1 program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Dalam penyusunan skripsi ini tentu peneliti menemui kesulitan dan hambatan, akan tetapi berkat bantuan, bimbingan, nasehat dan dukungan dari berbagai pihak penulis dapat menyelesaikan penyusunan. Pada kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, dr. Sp.THT-KL (K), FICS selaku rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
2. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM., M.Ak selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
3. Bapak Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM selaku ketua program studi Manajemen
4. Ibu Husni Indrawati Wijaya Putri, SE., MM selaku sekretaris program studi Manajemen
5. Bapak Lestari, S.E., MM selaku dosen wali dan dosen pembimbing

6. Papa, mama, kakak dan adikku yang selalu mendukung dan mendengarkan keluh kesah menyusun skripsi ini
7. Iqbal, David, Reza, Robi, Mando yang menjadi teman seperjuangan menyelesaikan penyusunan skripsi
8. Mas Agus dan Pak Hasan yang menjadi teman healing
9. Ivan, Ricky, Rizal yang selalu memberikan dukungan dan teman ngopi
10. Teman-teman seperjuangan lainnya yang tidak bisa disebut satu persatu

Saya menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan baik dari penulisan maupun sumber-sumber referensi, oleh karena itu saya mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat menjadi lebih baik dan memberikan ilmu yang bermanfaat.

Surabaya, 09 Juni 2023
Penulis

Afta Nugraha

DAFTAR ISI

HALAMAN BEBAS PLAGIAT	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN SUSUNAN DEWAN PENGUJI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan	6
1.4 Manfaat	6
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II TELAAH PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	10
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	26
2.3 Penelitian Sebelumnya.....	27
2.4 Hipotesis dan Model Analisis	30

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian	31
3.2 Populasi dan Sampel	31
3.3 Identifikasi Variabel.....	32
3.4 Definisi Operasional	33
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	35
3.6 Prosedur Pengumpulan Data.....	36
3.7 Teknik Analisa	36

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Obyek Penelitian.....	41
4.2 Deskripsi Data Penelitian.....	44
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian	46
4.4 Hasil Analisis Data	51
4.5 Pembahasan.....	61

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran	65

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 4.1 Pengukuran Skala <i>Likert</i>	44
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia	45
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	46
Tabel 4.4 Respon Terhadap <i>Brand Image</i>	47
Tabel 4.5 Respon Terhadap <i>Brand Awareness</i>	48
Tabel 4.6 Respon Terhadap Keputusan Pembelian.....	50
Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i>	52
Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel <i>Brand Awareness</i>	52
Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	52
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas Variabel <i>Brand Image</i>	53
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas Variabel <i>Brand Awareness</i>	54
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian.....	54
Tabel 4.13 Analisis Regresi Linear Berganda.....	55
Tabel 4.14 Tabel Hasil Uji F.....	57
Tabel 4.15 Tabel Hasil Uji t.....	58
Tabel 4.16 Koefisien Diterminasi	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Piramida <i>Brand Awareness</i>	18
Gambar 2.2 Tahap Proses Pembelian.....	23
Gambar 3.1 Kurva Distribusi F.....	39
Gambar 3.2 Kurva Distribusi t.....	40
Gambar 4.1 Logo Perusahaan	43
Gambar 4.2 Kurva Uji F.....	58
Gambar 4.3 Kurva Uji t Variabel X_1	59
Gambar 4.4 Kurva Uji t Variabel X_2	60