

**PENGARUH PERILAKU KONSUMEN DAN KESADARAN
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SERAGAM
SEKOLAH RIA JAYA TOP SURABAYA**

SKRIPSI

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



Diajukan Oleh :

HANIFATUL ULAA

NPM : 16420042

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

2020

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Hanifatul Ulaa
NPM : 16420042
Alamat : Jl. Wisma Tengger Gg VI no 35 Surabaya
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan Judul **“Pengaruh Perilaku Konsumen dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian pada Seragam Sekolah Ria Jaya Top Surabaya”** adalah benar-benar karya saya sendiri dan bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 13 Januari 2020

Yang membuat pernyataan



(Hanifatul Ulaa)

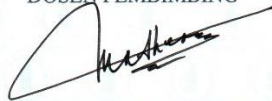
NPM : 16420042

SKRIPSI
PENGARUH PERILAKU KONSUMEN DAN KESADARAN MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SERAGAM SEKOLAH
RIA JAYA TOP SURABAYA

Diajukan oleh :
HANIFATUL ULAA
NPM : 16420042

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



MATHEOUS TAMONSANG, SE, M.Si

Tanggal, 31 Januari 2020

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. SITI DJAMILAH, SE, M.Si

Tanggal, 09 Februari 2020

Skripsi

**PENGARUH PERILAKU KONSUMEN DAN KESADARAN MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SERAGAM SEKOLAH RIA JAYA TOP
SURABAYA**

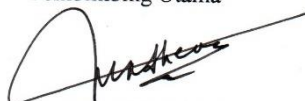
Dipersiapkan dan disusun oleh :

HANIFATUL ULAA

NPM : 16420042

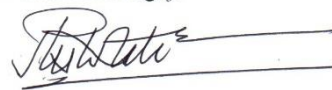
Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama



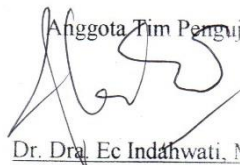
MATHEOUS TAMONSANG, SE, M.Si

Ketua Tim Penguji



Prof. Ruswiati S., SE, MS

Anggota Tim Penguji



Dr. Dra. Ec Indahwati, M.Si

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar sarjana manajemen

Tanggal 04-Februari - 2020



Dr. SITI DJAMILAH, SE., M.Si

Ketua Program Studi

KATA PENGANTAR

Puji syukurberkat rahmat Allah SWT, atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya sehinggapenulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Perilaku Konsumen dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian pada Seragam Sekolah Ria Jaya Top Surabaya”, dengan melalui proses pembelajaran yang cukup lama dengan banyak mengalami kendala, hambatan dan tentu saja pengalaman yang luar biasa untuk penyusunan skripsi ini. Puji syukur kepada Allah SWT yang selalu memberi petunjuk, membantu penulis sehingga hambatan dan kendala dapat terlewati dengan baik.

Penulisan skripsi ini menyadarimasih banyak kekurangan baik ditinjau dari segala aspek karena memang manusia tidak ada yang sempurna, dan diantara kesempurnaan manusia adalah kelebihan dan keistimewaan manusia yang saling melengkapi antara individu yang satu dengan yang lainnya maka, penulis menerima kritik dan saran untuk menambah wawasan yang lebih lanjut. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan jugaterimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. H. Sri Harmadji dr.SP, THT-KL.,(K) selaku rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Gimanto G.,MM,M.AKSelaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Dra.Siti Djamilah, SE., M.Si selaku ketua program studi manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

4. Bapak Matheous Tamonsang,SE,M.Si selaku dosen pembimbing yang sabar membantu saya penyusunan skripsi.
5. Ibu saya yang selama mendoakan saya agar cepat selesai dalam menempuh kuliah. Berkat do'a dankasih sayangnya selalu membangkitkan semangat saya, betapa saya ingin mempersembahkan yang terbaik atas semua perjuangan yang ibu lakukan untuk cita-cita dan masa depan saya.
6. Kakek dan nenek saya yang sudah memberikan kesempatan membiayai kuliah saya dan tidak berhenti mendoakan saya agar cepat selesai kuliah.
7. Kakak dan Adik yang selalu memberi semangat dan mendoakan saya supaya cepat selesai dalam mengerjakan skripsi ini.
8. Abang Ponco yang selalu memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Keluarga Besar saya yang selama ini sudah selalu mengingatkan untuk menyelesaikan atau mengerjakan skripsi ini.
10. Teman-teman rumah sayayang selama ini selalu memberikan semangat dan motivasi dalam mengerjakan skripsi ini hingga selesai.
11. Untuk seluruh teman-teman seperjuangan Manajemen B Angkatan 2016, terima kasih atas bantuan doa, semangat, serta kebahagiaan dan juga keceriaan selama perkuliahan.
12. Untuk Guntur Belantara Mapala Kawaru Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, terima kasih yang sebesar-besarnya atas pengalaman organisasi yang tak terlupakan.

Demikian kata pengantar ini menjadi pembuka dari skripsi ini, apabila adakritik dan saranyang sifatnya membangununtuk kesempurnaan dalam penulisan.

Surabaya, 14 Januari 2020

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|--------------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT | ii |
| HALAMAN PERSETUJUAN | iii |
| HALAMAN SUSUNAN DEWAN PENGUJI | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xiv |
| ABSTRAK | xv |
| <i>ABSTRACT</i> | xvi |

BAB I PENDAHULUAN

| | |
|----------------------------------|---|
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 3 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 3 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 4 |
| 1.5 Sistematika Skripsi | 5 |

BAB II TELAAH PUSTAKA

| | |
|-----------------------------------|---|
| 2.1 Landasan Teori | 6 |
| 2.1.1 Pemasaran | 6 |
| 2.1.1.1 Konsep Pemasaran | 6 |
| 2.1.1.2 Manajemen Pemasaran | 7 |

| | |
|--|----|
| 2.1.2 Perilaku Konsumen..... | 7 |
| 2.1.2.1 Pengertian Perilaku Konsumen..... | 7 |
| 2.1.2.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen | 8 |
| 2.1.2.3 Indikator Perilaku Konsumen | 11 |
| 2.1.3 Kesadaran Merek | 11 |
| 2.1.3.1 Definisi Kesadaran Merek | 11 |
| 2.1.3.2 Tingkatan Kesadaran Merek | 12 |
| 2.1.3.3 Indikator Kesadaran Merek..... | 15 |
| 2.1.4 Keputusan Pembelian..... | 15 |
| 2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian..... | 15 |
| 2.1.4.2 Peran Keputusan Pembelian..... | 16 |
| 2.1.4.3 Indikator Keputusan Pembelian..... | 16 |
| 2.1.5 Hubungan Antara Variabel..... | 17 |
| 2.1.5.1 Hubungan Antara Perilaku Konsumen dengan Keputusan Pembelian..... | 17 |
| 2.1.5.2 Hubungan Antara Kesadaran Merek dengan Keputusan Pembelian..... | 17 |
| 2.2 Penelitian terdahulu | 18 |
| 2.3 Hipotesis dan Model Analisis..... | 19 |
| 2.3.1 Hipotesis | 19 |
| 2.3.2 Model Analisis | 19 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|---------------------------------|----|
| 3.1 Pendekatan Penelitian | 20 |
|---------------------------------|----|

| | |
|--|----|
| 3.2 Populasi dan Sampel | 20 |
| 3.2.1 Populasi | 20 |
| 3.2.2 Sampel | 21 |
| 3.3 Identifikasi Variabel | 22 |
| 3.4 Definisi Operasional Variabel | 22 |
| 3.4.1 Perilaku Konsumen (X_1)..... | 22 |
| 3.4.2 Kesadaran Merek (X_2)..... | 23 |
| 3.4.3 Keputusan Pembelian (Y)..... | 23 |
| 3.5 Jenis dan Sumber Data..... | 24 |
| 3.5.1 Jenis Data..... | 24 |
| 3.5.2 Sumber Data..... | 24 |
| 3.6 Teknik Pengumpulan Data..... | 25 |
| 3.7 Teknik Analisis..... | 26 |
| 3.7.1 Uji Validitas | 26 |
| 3.7.2 Uji Reliabilitas | 26 |
| 3.7.3 Teknik Uji Analisis Data | 27 |
| 3.7.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda | 27 |
| 3.7.3.2 Koefisien Determinasi berganda (R^2) | 27 |
| 3.7.4 Pengujian Hipotesis | 28 |

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | |
|--------------------------------------|----|
| 4.1. Deskripsi Obyek Penelitian..... | 30 |
| 4.1.1 Sejarah Perusahaan..... | 30 |
| 4.1.2 Visi dan Misi..... | 30 |

| | |
|---|----|
| 4.2 Deskripsi Identitas Responden..... | 31 |
| 4.3 Penilaian Atas Masing-masing Variabel..... | 33 |
| 4.4 Deskripsi Variabel Penelitian..... | 34 |
| 4.4.1 Deskripsi Variabel Perilaku Konsumen (X_1)..... | 34 |
| 4.4.2 Deskripsi Variabel Kesadaran Merek (X_2)..... | 35 |
| 4.4.3 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y)..... | 36 |
| 4.5 Hasil Analisis Data..... | 37 |
| 4.5.1 Hasil Pengujian Validitas..... | 37 |
| 4.5.2 Hasil Pengujian Reliabilitas..... | 39 |
| 4.5.3 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda..... | 40 |
| 4.5.4 Koefisien Determinasi Berganda (R^2)..... | 41 |
| 4.6 Hasil Pengujian Hipotesis..... | 41 |
| 4.6.1 Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t)..... | 41 |
| 4.7 Pembahasan..... | 43 |
| BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN | |
| 5.1 Simpulan..... | 45 |
| 5.2 Saran..... | 45 |
| 5.3 Keterbatasan..... | 46 |
| DAFTAR PUSTAKA | 47 |
| LAMPIRAN | 50 |

DAFTAR TABEL

| | | |
|------------|---|----|
| Tabel 2.1 | Daftar Penelitian Terdahulu | 18 |
| Tabel 4.1 | Data Identitas Responden Mengenai Jenis Kelamin..... | 31 |
| Tabel 4.2 | Data Identitas Responden Mengenai Usia..... | 32 |
| Tabel 4.3 | Data Identitas Responden Mengenai Pekerjaan..... | 32 |
| Tabel 4.4 | Kategori Mean Masing-masing Variabel..... | 34 |
| Tabel 4.5 | Jawaban Responden Mengenai Variabel Perilaku Konsumen (X_1)..... | 34 |
| Tabel 4.6 | Jawaban Responden Mengenai Variabel Keadaran Merek (X_2) | 35 |
| Tabel 4.7 | Jawaban Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian (Y)..... | 36 |
| Tabel 4.8 | Hasil Pengujian Validitas Variabel Perilaku Konsumen (X_1)..... | 37 |
| Tabel 4.9 | Hasil Pengujian Validitas Variabel Kesadaran Merek (X_2) | 38 |
| Tabel 4.10 | Hasil Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)..... | 38 |
| Tabel 4.11 | Hasil Pengujian Reliabilitas | 39 |
| Tabel 4.12 | Hasil Analisis Uji T..... | 42 |
| Tabel 4.13 | Nilai <i>Standardized Coefficients Beta</i> | 44 |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|------------|--------------------------------|----|
| Gambar 2.1 | Tingkatan Kesadaran Merek..... | 12 |
| Gambar2.2 | Model Analisis | 19 |

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner

Lampiran 2 Input Rekapitulasi Jawaban Responden

Lampiran 3 Output Data

Lampiran 4 Tabel Uji t

ABSTRAK

Sebuah pengaruh perilaku konsumen dan kesadaran merk pada keputusan pembelian seragam sekolah Ria Jaya Top salah satu tujuan peneliti untuk melakukan penelitian. Diantara kesadaran merk atau perilaku konsumen adanya pengaruh dominan pada keputusan pembelian seragam sekolah Ria Jaya Top. Didalam penelitian terdapat Variabel terikat yaitu keputusan pembelian lalu variabel bebasnya yaitu perilaku konsumen dan kesadaran merk. Adapun peneliti menggunakan metode non *probability sampling* menggunakan startegi *purposive sampling*. Dengan 95 responden peneliti menggunakan sebagai sampel. Untuk mengolah data peneliti menggunakan uji hipotesis tapi sebelumnya melakukan pengujian validitas dan juga realibilitas. Agar mendapatkan hasil yang vailed dan realibel. Dengan adanya uji t tiap variabel menghasilkan signifikansi $< 0,05$. Maka dari itu dari kedua variabel bebas hasilnya signifikan terhadap variabel terikat dapat diterima. Kesadaran merklah yang menjadi dominan daripada perilaku konsumen terhadap variabel terikat pada seragam sekolah Ria Jaya Top.

Kata Kunci : Perilaku Konsumen, Kesadaran Merk Dan Keputusan

Pembeli'an

ABSTRACT

An influence of consumer behavior and brand awareness on the decision to purchase school uniforms Ria Jaya Top is one of the aims of researchers to conduct research. Among brand awareness or consumer behavior there is a dominant influence on purchasing decisions for school uniforms Ria Jaya Top. In the study there are dependent variables, namely purchasing decisions and then the independent variables, namely consumer behavior and brand awareness. The researchers used the non probability sampling method using a purposive sampling strategy. With 95 respondents the researchers used as samples. To process the data the researcher used a hypothesis test but previously tested the validity and reliability. In order to get results that are valid and reliable. With the t test of each variable produces significance <0.05 . Therefore from the two independent variables the result is significant that the dependent variable can be accepted. It is brand awareness that becomes dominant rather than consumer behavior towards the dependent variable in school uniforms Ria Jaya Top.

Keywords: Consumer Behavior, Brand Awareness and Purchasing Decisions