

HALAMAN MOTTO

“Akan selalu ada jalan menuju kesuksesan bagi siapapun, selama orang tersebut mau berusaha dan bekerja keras untuk memaksimalkan kemampuan yang ia miliki”

(Penulis)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kepada diri sendiri yang sudah berusaha keras menyelesaikan skripsi ini dan mau terus belajar untuk menjadi lebih baik lagi kedepannya.
2. Kedua orangtua penulis yaitu Bapak Sunar dan Ibu Suratmi terima kasih untuk semua doa restu, kasih sayang, kesabaran dan dukungan moral yang telah diterima, serta support system terbaik dalam hidup.
3. Adik perempuan penulis Sri Itha Seliya Febrianti yang selalu memberikan semangat dan dukungan.
4. Sahabat terdekat penulis yaitu Zilawati Chantika yang sudah bersedia menjadi tempat keluh kesah, memberikan dukungan serta membantu selama proses penyelesaian skripsi ini.
5. Pihak-pihak lain yang sudah membantu dan mendoakan penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.

ABSTRAKSI

Penelitian ini untuk menguji dan menganalisis bagaimana pengaruh kesadaran merek terhadap niat beli, bagaimana pengaruh persepsi harga terhadap niat beli, bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap niat beli. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen laki-laki dan perempuan yang belum pernah melakukan pembelian Semen Tiga Roda dan berdomisili di Kabupaten Kebumen. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Berdasarkan kriteria yang ada konsumen penelitian ini yaitu masyarakat di Kabupaten Kebumen dengan usia di atas 17 tahun, dengan perolehan sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli, persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli. Secara bersama-sama variabel viral marketing, brand image, dan brand association berpengaruh positif terhadap niat beli.

Kata kunci: kesadaran merek, persepsi harga, kualitas produk dan niat beli.

ABSTRACT

This research is to examine and analyze how brand awareness affects purchase intention, how price preception affects purchase intention, how product quality affects purchase intention. The population in this study are are male and female consumers who have never purchased Cement Tiga Roda and live in Kebumen Regency. The sampling technique used purposive sampling. Based on the existing criteria, Based on the existing criteria, the consumers of this research are people in Kebumen Regency who are over 17 years old, with a sample of 100 respondents. The data analysis technique used multiple linear regression analysis using the SPSS version 25 program. The results of this study indicate that brand awareness has a positive and significant effect on purchase intention. Price preception has a positive and significant effect on purchase intention. Product quality has a positive and significant effect on purchase intention. Taken together, the variables of brand awareness, price preception, and product quality have a positive and significant effect on purchase intention.

Keywords: *brand awareness, price preception, product quality, and purchase intention*

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT atas segala nikmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH KESADARAN MEREK, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP NIAT BELI SEMEN TIGA RODA DI KABUPATEN KEBUMEN”**.

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Strata-1 (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) di Universitas Putra Bangsa Kebumen. Skripsi ini merupakan sebagai tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang telah diperoleh selama di bangku perkuliahan.

Proses penyusunan skripsi ini dapat terlaksana dengan baik atas bantuan, bimbingan, kerja sama, serta dukungan dari pihak yang terkait. Maka pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Sulis Riptiono, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
2. Segenap Dosen dan Civitas Akademik Universitas Putra Bangsa Kebumen yang telah membantu penulis mendapatkan ilmu pengetahuan dan membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.
3. Kedua Orang tua dan keluarga yang telah memberikan dukungan dan do'a sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

4. Pihak-pihak lain yang sudah membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam penulisan ini, untuk itu penulis tidak menutup diri akan kritik dan saran dari semua pihak. Semoga dengan selesainya skripsi ini juga dapat membawa manfaat terutama bagi semua pihak yang membutuhkannya.

Kebumen, 27 Juli 2023

Penulis



Andri Subarkah
NIM. 195503811

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN.....	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAKSI.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Batasan Masalah.....	9
1.4. Tujuan Penelitian.....	11
1.5. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	13
2.1. Tinjauan Teori.....	13
2.1.1. Niat Beli.....	13

2.1.2.	Kesadaran Merek	16
2.1.3.	Persepsi Harga.....	18
2.1.4.	Kualitas Produk.....	20
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	22
2.3.	Hubungan Antar Variabel	28
2.4.	Model Empiris	31
2.5.	Hipotesis	32
BAB III METODE PENELITIAN.....		33
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian	33
3.2.	Variabel Penelitian	33
3.3.	Definisi Operasional Variabel	34
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	38
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.6.	Populasi dan Sampel	41
3.7.	Teknik Analisis.....	44
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		54
4.1.	Deskripsi dan Objek Penelitian	54
4.2.	Analisis Deskriptif.....	54
4.3.	Analisis Statistik.....	57
4.4.	Pembahasan	72
BAB V SIMPULAN		76
5.1.	Simpulan.....	76
5.2.	Keterbatasan	77
5.3.	Implikasi.....	78
5.3.1	Implikasi Praktis	78

5.3.2 Implikasi Teoritis.....	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN.....	86



DAFTAR TABEL

Tabel I - 1 Data Semen Pada TOP Brand Indonesia.....	2
Tabel I - 2 Penjualan Semen Tiga Roda di beberapa toko Kabupaten Kebumen..	4
Tabel I - 3 Niat Beli Konsumen terhadap Semen Tiga Roda.....	4
Tabel I - 4 Hasil Observasi terhadap Niat Beli	5
Tabel II - 1 Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel II - 2 Hipotesis dalam penelitian	32
Tabel III - 1 Indikator dan Distribusi Pengetahuan Produk pada Kuesioner.....	35
Tabel III - 2 Indikator dan Distribusi Pengetahuan Produk pada Kuesioner	36
Tabel III - 3 Indikator dan Distribusi Pengetahuan Produk pada Kuesioner	37
Tabel III - 4 Indikator dan Distribusi Pengetahuan Produk pada Kuesioner	37
Tabel IV - 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel IV - 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	55
Tabel IV - 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel IV - 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	57
Tabel IV - 5 Hasil Uji Validitas Kesadaran Merek.....	58
Tabel IV - 6 Hasil Uji Validitas Persepsi Harga	59
Tabel IV - 7 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	59
Tabel IV - 8 Hasil Uji Validitas Niat Beli	60
Tabel IV - 9 Hasil uji Reliabilitas	61
Tabel IV - 10 Hasil Uji Multikolinearitas	62
Tabel IV - 11 Hasil analisis linear Berganda	66
Tabel IV - 12 Hasil Uji-t	68
Tabel IV - 13 Hasil Uji Simultan	70
Tabel IV - 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar II - 1 Model Empiris.....	31
Gambar IV - 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	63
Gambar IV - 2 Hasil Uji Normalitas	65



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 - Kuesioner	86
Lampiran 2 - Data Responden.....	90
Lampiran 3 - Tabulasi Data	93
Lampiran 4 - Hasil Uji Instrumen	98
Lampiran 5 - Hasil Uji Asumsi Klasik.....	101
Lampiran 6 - Hasil Uji Hipotesis	102
Lampiran 7 - Tabel r	103
Lampiran 8 - Tabel t.....	106
Lampiran 9 - Tabel F.....	108
Lampiran 10 - Kartu Bimbingan	111
Lampiran 11 - Kartu Peserta Seminar	112

