

**PENGARUH CITRA MEREK, SIKAP KONSUMEN DAN ASOSIASI
MEREK TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Produk Ayam Potong Merek Ruby Di Demak)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagai syarat
guna menyelesaikan studi akhir dan untuk memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Stikubank Semarang



Oleh:

Nama : Dinda Anggun Pratiwi

Nim : 17.05.51.0292

Program Studi : S1 Manajemen

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS STIKUBANK
SEMARANG**

2021

HALAMAN PERSETUJUAN



Skripsi ini telah memenuhi syarat dan kepada penyusunan disetujui untuk mengikuti ujian pendadaran skripsi dengan judul:

**PENGARUH CITRA MEREK, SIKAP KONSUMEN DAN ASOSIASI MEREK TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Produk Ayam Potong Merek Ruby Di Demak)**

Diajukan Oleh:

Dinda Anggun Pratiwi

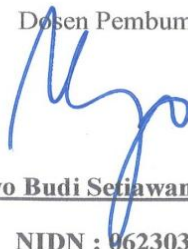
NIM : 17.05.51.0292

Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang

Semarang, 6 Maret 2021

Dosen Pembimbing



(Mulyo Budi Setiawan, SE., M.M)

NIDN : 0623036902

HALAMAN PENGESAHAN



**PENGARUH CITRA MEREK, SIKAP KONSUMEN DAN ASOSIASI
MEREK TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Ayam Potong Merek Ruby Di Demak)**

Oleh :

Dinda Anggun Pratiwi

NIM : 17.05.51.0292

Hasil Penelitian dalam skripsi ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Pendarasan Skripsi dan skripsi telah disahkan dan diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM) pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang pada Tanggal :

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

**Dosen Pembimbing
(Merangkap Penguji I)**

(Mulyo Budi Setiawan, SE., M.M)
NIDN : 0623036902

Penguji II

(Suzy Widayari, SE, M.Si)
NIDN : 0631037102

Penguji III

(Dr. Endang Tjahjaningsih, SE, M.Kom)
NIDN : 0622056601

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis**



(Drs. Entas Soliha, S.E., M.Si)
NIDN : 0027037101

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Dinda Anggun Pratiwi

NIM : 17.05.51.0292

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa SKRIPSI yang saya susun dengan judul

:" PENGARUH CITRA MEREK, SIKAP KONSUMEN DAN ASOSIASI MEREK TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Produk Ayam Potong Merek Ruby Di Demak)" tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam rangkaian kalimat atau symbol yang menunjukkan gagasan, pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagian tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagian hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dan hasil ujian skripsi ini.

Semarang, 6 Maret 2021

Yang menyatakan,



(Dinda Anggun Pratiwi)

MOTTO

“Menyerah bukan pilihan tapi akhir dari segala harapan.”

“Terimakasih sudah bertahan dan berjuang menjadi versi terbaik sampai saat ini,aku”

“Ya Allah, saat aku kehilangan harapan dan rencana, tolong ingatkan aku bahwa cinta-Mu lebih besar dari pada kekecewaanku, dan rencana yang engkau siapkan untuk hidupku jauh lebih baik dari impianku. – Ali bin Abi Thalib-“

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT, karya ini penulis persembahkan untuk :

“Kedua orang tuaku, Irwanto dan Naniek Istiningsih yang selalu memberikan doa restu, kasih sayang, didikan dan arahan, dorongan semangat dan motivasi, perhatian, dukungan finansial, serta kesabaran dalam menyelamatkan skripsi ini”

“Teruntuk kakakku, sahabatku dan teman-temanku yang selalu memberi motivasi, semangat dalam menyelesaikan skripsi ini”

(Dinda Anggun Pratiwi)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, sikap konsumen dan asosiasi merek terhadap proses keputusan pembelian (studi pada produk ayam potong merk ayam Ruby di Demak). Yang dilakukan dengan metode *purposive sampling*, pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan jumlah sampel 100 responden. Hasil penelitian membuktikan bahwa citra merek positif tapi tidak signifikan terhadap proses keputusan pembelian sedangkan sikap konsumen dan asosiasi merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan pembelian.

Kata Kunci : Citra merek, Sikap konsumen, Asosiasi merek, Proses keputusan pembelian

ABSTRACT

This study aims to see the effect of brand image, consumer attitudes and brand associations on purchasing decisions (a study on chicken product brand Ruby chicken in Demak). Which is done by purposive sampling method, based on data using a questionnaire with a sample size of 100 respondents. The results prove that the brand image is positive but not significant to the purchasing process, while consumer attitudes and brand association have a positive and significant effect on the decision making process.

Keywords: *Brand image, Consumer attitudes, Brand association, Purchasing decision process*

KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul : **“PENGARUH CITRA MEREK, SIKAP KONSUMEN DAN ASOSIASI MEREK TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Produk Ayam Potong Merek Ruby Di Demak)”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen Program Strata (S1) pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.

Dalam prosen penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, penulis tidak luput dari kendala. Kendala tersebut dapat diatasi berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini dengan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Dr. Safik Faozi, S.H., M.Hum. selaku Rektor Universitas Stikubank Semarang.
- 2) Dr. Euis Soliha, S.E, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.
- 3) Sri Sudarsi, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.
- 4) Mulyo Budi Setiawan SE., M.M selaku dosen pembimbing yang telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan laporan ini.
- 5) Seluruh staf pengajar dan karyawan di lingkungan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.
- 6) Kedua orang tua penulis yang tercinta : Irwanto dan Nanik Istiningsih atas doa restu, kasih sayang, didikan dan arahan, dorongan semangat dan motivasi, perhatian, dukungan finansial, serta kesabaran kepada penulis selama ini.
- 7) Kakak dari penulis Nandra Wahyu Pramana yang telah memberikan dukungan moril, doa dan kasih sayang hingga saat ini.
- 8) Haidhar Achmad Fauzi selaku kekasih penulis yang telah membantu mendorong dengan penuh dukungan, kesabaran, dan semangatnya.

- 9) Sahabat penulis yang paling disayangi yaitu Griselda Oky Apriliana A.Md.M yang selalu memberikan semangat dan doa dalam menyelesaikan skripsi ini.
 - 10) Sa'diyyatul Fikriyah , Novila Mega Ambarwati yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
 - 11) Seluruh mahasiswa Manajemen angkatan 2017 yang selalu berbagi semangat dan dukungan untuk menyelesaikan bersama-sama skripsi ini.
- Serta semua pihak yang telah banyak membantu penulis, yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu – persatu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa mungkin masih terdapat kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca sangat bermanfaat bagi penulis. Semoga dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya. Amin.

Semarang, 6 Maret 2021

Penulis,

(Dinda Anggun Pratiwi)

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI.....	iii
MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	12
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KAJIAN EMPIRIS DAN HIPOTESIS.....	14
2.1 Tinjauan Pustaka.....	14
2.1.2 Citra Merek.....	15
2.1.3 Sikap Konsumen.....	17
2.1.4 Asosiasi Merek.....	22
2.1.5 Proses Keputusan Pembelian.....	26
2.2 Penelitian Empiris / Terdahulu.....	31
2.3 Pengembangan Hipotesis	36
2.3.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian.....	37
2.3.2 Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Proses Keputusan Pembelian.....	37
2.3.3 Pengaruh Asosiasi Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian.....	38
2.4 Model Penelitian.....	39

2.4.1 Model Grafis.....	39
2.4.2 Model Matematis.....	41
BAB III METODA DAN DESAIN PENELITIAN.....	41
3.1 Objek Penelitian.....	41
3.2 Sampel.....	42
3.3 Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.3.1 Jenis Data.....	42
3.3.2 Metode Pengumpulan Data.....	43
3.3.3 Variabel Penelitian.....	43
3.3.4 Skala Pengukuran Variabel.....	44
3.4 Definisi Konsep Dan Operasional Variabel.....	46
3.5 Teknik Analisis Data.....	46
3.6 Analisis Deskriptif Statistik.....	46
3.7 Uji Instrument Penelitian.....	46
3.7.1 Uji Validitas.....	47
3.7.2 Uji Relibialitas.....	48
3.8 Uji Model.....	48
3.8.1 Koefisien Deeterminasi (R^2).....	48
3.8.2 Uji Statistik F.....	49
3.9 Analisis Regresi Berganda.....	49
3.10 Uji Hipotesis (Uji t).....	49
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Dekripsi Responden.....	51
4.2 Deskripsi Variabel.....	53
4.3 Uji Instrumen.....	57

4.3.1 Uji Validitas.....	57
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	59
4.4. Analisis Regresi Berganda.....	59
4.5 Uji Model.....	61
4.5.1 Uji Koefisien Dterminasi (R^2).....	61
4.5.2 Uji F.....	62
4.5.3 Uji Hipotesis.....	62
4.6 Pembahasan.....	64
4.6.1 Citra Merek Ayam Ruby Berpengaruh Positif tapi Tidak Signifikan Terhadap Proses Keputusan Pembelian.....	65
4.6.2 Sikap Konsumen Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Proses Keputusan Pembelian.....	66
4.6.3 Asosiasi Merek Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Proses Keputusan Pembelian.....	67
BAB V PENUTUP.....	69
5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Keterbatasan.....	70
5.3 Implikasi.....	70
5.3.1 Implikasi Teoritis.....	70
5.3.2 Implikasi Manajerial.....	71
5.4 Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN.....	85

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Target dan Penjualan CV.Hajar Aswad.....	8
Tabel 1.2 Pra Survey Citra Merek.....	9
Tabel 1.3 Pra Survey Sikap Konsumen.....	10
Tabel 1.4 Pra Survey Asosiasi Merek.....	11
Tabel 2.1 Model Black Box Theory.....	12
Tabel 2.2 Model Perilaku Konsumen.....	32
Tabel 2.3 Model Penelitian Terdahulu.....	37
Tabel 3.1 Definisi Konsep,Operasional dan Pengukuran Variabel	49
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	56
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Pendidikan Terakhir.....	57
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Jenis Kelamin.....	57
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	58
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Citra Merek.....	58
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Sikap Konsumen.....	59
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Asosiasi Merek.....	60
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel keputusan Pembelian.....	61
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Citra Merek.....	62
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Sikap Konsumen.....	62
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Asosiasi Merek.....	63
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	63
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas.....	64
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Berganda.....	65
Tabel 4.15 Nilai Koefisien Determinasi.....	67
Tabel 4.16 Hasil Uji F.....	67
Tabel 4.17 Hasil Uji t.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Grafis.....	45
------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	87
Lampiran 2 Identitas Responden.....	91
Lampiran 3 Tabulasi Data.....	96
Lampiran 4 Uji Deskriptif Responden.....	99
Lampiran 5 Deskriptif Variabel.....	101
Lampiran 6 Uji Validitas.....	111
Lampiran 7 Uji Reliabilitas.....	117
Lampiran 8 Uji Regresi Berganda.....	121
Lampiran 9 Hasil Turnitin.....	123