

SKRIPSI
ANALISA BRAND IMAGE, BRAND TRUST, DAN BRAND AWARENESS
TERHADAP BEHAVIOURAL INTENTION PADA BRAND CROCODILE

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Universitas Narotama Surabaya



Disusun Oleh :

SORAYA AINI TRIYONO
NIM : 01216032

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NAROTAMA

2020

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : SORAYA AINI TRIYONO
NIM : 01216032
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul :

ANALISA BRAND IMAGE, BRAND TRUST, DAN BRAND AWARENESS TERHADAP BEHAVIOURAL INTENTION PADA BRAND CROCODILE

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sadar sebenar-benarnya untuk dapat digunakan apabila diperlukann.

Surabaya,
Pembuat pernyataan



SORAYA AINI TRIYONO

Nim : 01216032

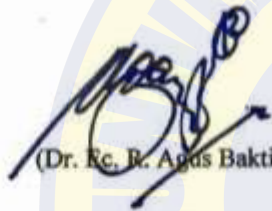
PERSETUJUAN SKRIPSI

**ANALISA BRAND IMAGE, BRAND TRUST, DAN BRAND AWARENESS
TERHADAP BEHAVIOURAL INTENTION PADA BRAND CROCODILE**

DIAJUKAN OLEH :
SORAYA AINI TRIYONO
01216032

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

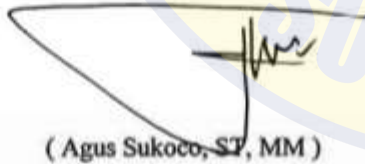
DOSEN PEMBIMBING I



(Dr. R. R. Agus Baktiono, SE., MM.)

Tanggal :

KETUA PROGRAM STUDI MANAJEMEN TRIA



(Agus Sukoco, ST, MM)

Tanggal :

PENGESAHAN SKRIPSI

TELAH DIUJI DAN DIPERTAHANKAN
PADA HARI JUM'AT TANGGAL 28 AGUSTUS 2020

Judul Skripsi :

ANALISA BRAND IMAGE, BRAND TRUST, DAN BRAND AWARENESS
TERHADAP BEHAVIOURAL INTENTION PADA BRAND CROCODILE

Disusun Oleh : SORAYA AINI TRIYONO
NIM : 01216032
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Perguruan Tinggi : Universitas Narotama Surabaya

Dihadapan Tim Penguji :

1. Dr. Ec. R. Agus Baktiono, SE., MM



.....

2. Dr. Wahyudiono, SE,MM



.....

3. Muchamad Arif, SPd, MPd.



.....

HALAMAN PERSETUJUAN PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Narotama Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : SORAYA AINI TRIYONO
NIM : 01216032
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Narotama hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalti Free Right*) atas karya ilmiah yang berjudul :

ANALISA BRAND IMAGE, BRAND TRUST, DAN BRAND AWARENESS TERHADAP BEHAVIOURAL INTENTION PADA BRAND CROCODILE

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti Noneksklusif ini Universitas Narotama berhak menyimpan, mengalihmedia formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya,
Yang menyatakan



SORAYA AINI TRIYONO
Nim : 01216032

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah saya panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia yang telah Allah berikan, saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul

ANALISA BRAND IMAGE, BRAND TRUST, DAN BRAND AWARENESS TERHADAP BEHAVIOURAL INTENTION PADA BRAND CROCODILE

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi dan melengkapi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Narotama.

Dalam penyusunan skripsi ini, saya menyadari bahwa keberhasilan dan terlaksananya penelitian ini bukan merupakan keberhasilan individu. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, dorongan, maupun doa sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih saya tujukan kepada:

1. Kepada orang tua saya yang selalu memberikan doa, restu, dukungan, dan kasih sayang yang sangat berarti bagi saya.
2. Bapak Dr.Ir. H. Sri Wiwoho Mudjanarko, ST.,MT., IPM selaku Rektor Universitas Narotama Surabaya.
3. Ibu Dr. Ir. Rr. Hermien Tridayanti, MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Narotama Surabaya.
4. Bapak Agus Sukoco, ST., MM. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Narotama Surabaya.
5. Bapak Dr. Ec. R. Agus Baktiono, SE., MM selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan petunjuk dan nasehat yang sangat berarti bagi saya.
6. Bapak/Ibu dosen, staff, dan Pegawai di lingkungan Universitas Narotama Surabaya yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi.
7. Teman-teman Universitas Narotama, sahabat-sahabat saya sekaligus teman seperjuangan. Terima kasih atas dukungan, pengertian, doa, serta telah memberi masa kuliah yang berkesan yang tidak akan pernah terlupakan.

8. Keluarga tercinta yang tiada hentinya memberikan do'a, motivasi dan semangat kepada saya untuk menyelesaikan skripsi saya ini.
9. Teman-teman saya yang telah memberi semangat dan dorongan dalam proses penyelesaian skripsi.
10. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan kepada saya dalam menyusun skripsi. Akhir kata, semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya untuk membalas kebaikan dari semua pihak yang telah membantu saya selama ini. Semoga skripsi ini bermanfaat kepada semua pihak.

Surabaya, 28 September 2020



Penulis

ABSTRAK

ANALISA BRAND IMAGE, BRAND TRUST, DAN BRAND AWARENESS TERHADAP BEHAVIOURAL INTENTION PADA BRAND CROCODILE

Oleh:

Soraya Aini Triyono

Dosen Pembimbing:

Dr. Ec. R. Agus Baktiono, SE., MM

Penelitian ini bertujuan untuk Menganalisis pengaruh *brand image*, *brand trust*, *brand awareness* secara parsial dan simultan terhadap *behavioral intention* pelanggan produk merk Crocodile pada Departemen Store SOGO Plaza Tunjungan 4 Surabaya. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Crocodile yang berbelanja di SOGO Plaza Tunjungan 4. Sampel diambil sebanyak 100 orang. Jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Teknik sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa variabel brand trust merupakan variabel dominan yang mempengaruhi behavior intention dibandingkan dengan variabel brand image dan brand awareness.

Keyword: Brand Awareness, brand image, brand trust, brand awareness, behavioral intention

This study aims to analyze the influence of brand image, brand trust, brand awareness partially and simultaneously on behavioral intention customers of Crocodile brand products at the Department Store SOGO Plaza Tunjungan 4 Surabaya. The population in this study were Crocodile customers who shop at SOGO Plaza Tunjungan 4. The sample was taken as many as 100 people. The type of data needed in this research is quantitative data. The sample technique in this study was purposive sampling. The results also show that the brand trust variable is the dominant variable affecting behavior intention compared to brand image and brand awareness variables.

Keyword: Brand Awareness, brand image, brand trust, brand awareness, behavioral intention

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PERNYATAAN PUBLIKASI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Praktis	7
1.4.2 Manfaat Teoritis	7
1.4.3 Manfaat Bagi Penulis dan Universitas	7
1.5 Batasan Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Kerangka Teori	26
2.2.1 Manajemen Pemasaran	26
2.2.2 Brand Image	26
2.2.3 Brand Trust	29
2.2.4 Brand Awareness	32
2.2.5 Konsep Behavioral Intention	36
2.2.6 Kerangka Pemikiran	38
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	39
2.3.1 Pengaruh Brand Image Terhadap Behavioral Intention	39
2.3.2 Pengaruh Brand Trust Terhadap Behavioral Intention	39
2.3.3 Pengaruh Brand awareness Terhadap Behavioral Intention.....	40
BAB III METODE PENELITIAN.....	42
3.1 Pendekatan Penelitian.....	42
3.2 Populasi dan Sampel.....	42
3.2.1 Populasi	42
3.3 Jenis, Sumber, dan Teknik Pengambilan Data.....	43
3.3.1 Jenis Data.....	43
3.3.2 Sumber Data	43

3.3.3	Teknik Pengambilan Data.....	43
3.3.4	Jenis Skala	44
3.4	Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	44
3.4.1	Variabel Penelitian	44
3.4.2	Definisi Operasional Variabel	44
3.5	Teknik Analisa Data.....	48
3.5.1	Uji Validitas dan Reabilitas	48
3.5.2	Uji Asumsi Klasik	49
3.6	Analisa Regresi Berganda	50
3.6.1	Pengujian Model	50
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	52
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	52
4.2.1	Profil Responden.....	52
4.3	Deskripsi Jawaban Responden.....	57
4.4	Analisa Data dan Pengujian Hipotesis	60
4.4.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	60
4.4.2	Uji Asumsi Klasik	62
4.5	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	64
4.5.1	Analisis Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi.....	65
4.5.2	Pengujian Hipotesis.....	65
4.4.2.1	Uji F	66
4.4.2.2	Uji t	67
4.4.2.3	Variabel Dominan.....	69
4.6	Pembahasan	69
BAB V	KESIMPULAN	74
5.1	Kesimpulan	74
5.2	Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA		76