

**PENGARUH NAMA MEREK, KESADARAN MEREK, PERSEPSI HARGA
DAN KUALITAS MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK DAN NIAT
PEMBELIAN ULANG PADA SMARTPHONE XIAOMI**

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh :

Aldo Mulyaguna Tarihoran

160322848

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2021

SKRIPSI

**PENGARUH NAMA MEREK, KESADARAN MEREK, PERSEPSI HARGA
DAN KUALITA MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK DAN NIAT
PEMBELIAN ULANG PADA SMARTPHONE XIAOMI**



Disusun Oleh:

Aldo Mulyaguna Tarihoran

NPM: 16 03 22848

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing

Nadia Nila Sari, SE., MBA.

16 September 2021



SURAT KETERANGAN

No. 1315J/I

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Jumat, 12 November 2021 dengan susunan penguji sebagai berikut:

- | | |
|---|-----------------|
| 1. Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si. | (Ketua Penguji) |
| 2. Dr. C. Handoyo Wibisono, MM., CSA. | (Anggota) |
| 3. Nadia Nila Sari, SE., MBA. | (Anggota) |

Tim Penguji Pendadaran Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah memutuskan bahwa:

Nama : Aldo Mulyaguna Tarihoran

NPM : 160322848

Dinyatakan

Lulus Dengan Revisi

Pada saat ini skripsi Aldo Mulyaguna Tarihoran telah selesai direvisi dan revisian tersebut telah diperiksa dan disetujui oleh semua anggota panitia penguji. Surat Keterangan ini dibuat agar dapat digunakan untuk keperluan Yudisium kelulusan Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UAJY.

Dekan,


Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

Alamat

Kampus III Gedung Bonaventura
Jalan Babarsari 43 Yogyakarta 55281

URL

<https://fbe.uajy.ac.id>

Kontak

Telepon : +62-274-487711 ext. 3120, 3127
Fax : +62-274-485227
Surel : fbe@uajy.ac.id



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

PENGARUH NAMA MEREK, KESADARAN MEREK, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK DAN NIAT PEMBELIAN ULANG PADA SMARTPHONE XIAOMI

Benar-benar hasil karya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 16 September 2021
Yang menyatakan,



Aldo Mulyaguna Tarihoran

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat, perlindungan, dan kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik tak kurang sedikit apapun. Skripsi berjudul “Pengaruh Nama Merek, Kesadaran Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Merek Terhadap Loyalitas Merek dan Niat Pembelian Ulang Pada Smartphone Xiaomi” yang merupakan persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana (S1) pada program studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulisan skripsi ini dapat penulis selesaikan oleh karena doa, dukungan, dan juga bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan kali ini dengan rasa hormat penulis hendak mengucapkan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat dan penyertaan-Nya dalam setiap waktu, terlebih telah memberikan kesehatan kembali pada penulis pasca mengalami Covid-19.
2. Ibu Nadia Nila Sari, S.E., M.B.A. sebagai Dosen Pembimbing terima kasih atas segala bimbingan, masukan, koreksi, perhatian, kesabaran dan waktu yang telah diberikan sehingga penulis bias menyelesaikan skripsi dengan baik.
3. Bapak Drs. Budi Suprpto, S.E., M.B.A., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
4. Ibu Debora Wintriarsi H., S.E., M.M., M.Sc. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
5. Papa yang saya hormati Ir. Horas V.M. Tarihoran M.M. yang selalu mensupport saya, memberikan masukan serta membantu apapun yang saya butuhkan.

6. Mending Mama saya tercinta Christina Gunawati P. S.H., M.M. walaupun beliau sudah berpulang duluan tetapi saya berterima kasih atas semua kasih sayang, nasihat serta “gemblengan” yang beliau berikan kepada saya yang membuat saya tegar selalu.
7. Adik-adik saya yang saya kasihi William N. Tarihoran dan Tobias A. Tarihoran terima kasih atas supportnya.
8. Kekasih tercinta Rosalia S. yang sudah selalu menemani 6 tahun ini, selalu mendukung di setiap saat baik saat senang maupun susah.
9. Seluruh responden yang telah membantu dan meluangkan waktunya untuk melancarkan proses pengumpulan data yang diperlukan untuk menyusun skripsi ini.
10. Semua pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dan mendukung proses penyusunan skripsi ini.

Seperti pepatah “Tak ada gading yang tak retak”, skripsi ini pun masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan saran serta masukan yang membangun untuk dapat dijadikan pelajaran di masa yang akan datang. Terima Kasih

Yogyakarta,

Yang menyatakan

Aldo Mulyaguna Tarihoran

MOTTO

“It’s your place in the world, it’s your life. Go on and do all you can with it, and make it the life you want to live”

“Ini adalah tempatmu di dunia, ini adalah kehidupanmu. Jalanilah dan lakukan apa yang dapat kamu lakukan dengannya, dan jadikanlah ia kehidupan yang kamu inginkan”

- Mae Jemison



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	I
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	II
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	III
HALAMAN PERNYATAAN.....	IV
KATA PENGANTAR.....	V
MOTTO.....	VII
DAFTAR ISI.....	VIII
DAFTAR TABEL.....	X
DAFTAR GAMBAR.....	XI
DAFTAR LAMPIRAN.....	XII
ABSTRAK.....	XIII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2. RUMUSAN MASALAH.....	7
1.3. TUJUAN PENELITIAN.....	8
1.4. MANFAAT PENELITIAN.....	8
1.5. SISTEMATIKA PENULISAN.....	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
2.1. NAMA MEREK.....	10
2.2. KESADARAN MEREK.....	11
2.3. KUALITAS MEREK.....	12
2.4. PERSEPSI HARGA.....	14

2.5. LOYALITAS MEREK.....	15
2.6. NIAT PEMBELIAN	16
2.7 PENELITIAN TERDAHULU	18
2.8 PENGEMBANGAN HIPOTESIS	22
2.9 KERANGKA KONSEP PENELITIAN.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1. JENIS PENELITIAN	27
3.2. OBJEK DAN SUBJEK PENELITIAN.....	27
3.3 SUMBER DATA	27
3.4 POPULASI DAN SAMPEL.....	28
3.5. TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	28
3.6. UJI INSTRUMEN	32
3.7. METODE ANALISIS	35
3.8 UJI HIPOTESIS	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 ANALISIS DESKRIPTIF	38
4.2 ANALISIS DATA.....	49
4.3 PEMBAHASAN	52
BAB V PENUTUP	56
5.1 KESIMPULAN.....	56
5.2 IMPLIKASI MANAJERIAL.....	57
5.3 KETERBATASAN PENELITIAN	58
5.4 SARAN PENELITIAN DI MASA DEPAN	58
DAFTAR PUSTAKA	60

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	29
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas.....	32
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	34
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Jenis Kelamin	38
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	39
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	40
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	41
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Smartphone Xiaomi.....	42
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Smartphone Xiaomi	42
Tabel 4.8 Skala Penilaian Responden	43
Tabel 4.9 Penilaian Responden Pada Nama Merek	43
Tabel 4.10 Penilaian Responden Pada Kesadaran Merek	44
Tabel 4.11 Penilaian Responden Pada Kualitas Merek	45
Tabel 4.12 Penilaian Responden Pada Persepsi Harga	46
Tabel 4.13 Penilaian Responden Pada Loyalitas Merek.....	47
Tabel 4.14 Penilaian Responden Pada Niat Beli Ulang	48
Tabel 4.15 Uji Regresi Berganda	49
Tabel 4.16 Uji Regresi Sederhana.....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penjualan Smartphone	3
Gambar 1.2 Logo Xiaomi	5
Gambar 2.1 Kerangka Konsep Penelitian	26



DAFTAR LAMPIRAN

Draft Kuisisioner Penelitian.....	62
Data Deskriptif Responden.....	67
Data Deskriptif Variabel.....	79
Uji Validitas.....	70
Uji Reliabilitas.....	76
Hasil SPSS Regresi Berganda.....	77
Hasil SPSS Uji F Rgresi Berganda.....	77
Hasil SPSS Uji R Regresi Berganda.....	77
Hasil SPSS Regresi Sederhana.....	78
Hasil SPSS Uji F Regresi Sederhana.....	78
Hasil SPSS Uji R Regresi Sederhana.....	78

**PENGARUH NAMA MEREK, KESADARAN MEREK, PERSEPSI HARGA
DAN KUALITAS MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK DAN NIAT
PEMBELIAN ULANG PADA SMARTPHONE XIAOMI**

Disusun oleh :

Aldo Mulyaguna Tarihoran

NPM : 16 03 22848

Pembimbing

Nadia Nila Sari, SE., MBA.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh nama merek, kesadaran merek, persepsi harga, dan kualitas merek terhadap loyalitas merek dan niat pembelian ulang pada produk smartphone Xiaomi. Data yang digunakan merupakan data primer. Data primer diperoleh dari kuisioner yang disebar secara online dan diisi setiap responden dengan ketentuan satu orang responden hanya boleh mengisi satu kuisioner. Alat analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linier sederhana dan berganda untuk melihat pengaruh antara masing-masing variabel independen dengan variabel dependen.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa terdapat pengaruh dari nama merek, persepsi harga, dan kualitas merek terhadap loyalitas merek, dan terdapat pula pengaruh antara loyalitas merek dengan niat pembelian ulang. Dari penelitian ini dapat ditemukan juga bahwa tidak adanya pengaruh dari kesadaran merek terhadap loyalitas merek.

Kata kunci : nama merek, kesadaran merek, persepsi harga, kualitas merek, loyalitas merek, niat beli ulang.