

**PENGARUH BRAND AWARENES, BRAND ASSOCIATION,  
PERCEIVED QUALIRY, DAN BRAND LOYALTY TERHADAP  
MINAT BELI CALON KONSUMEN DI ONLINESHOP**

(Studi Kuantitatif Eksplanatif Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, dan Brand Loyalty Kaskus Terhadap Minat Beli Melalui FJB Kaskus Di Kalangan Kaskuser)



Skripsi

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :

Yoga Bramono

080903531 / kom

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
UNIVERSITAS ATMAJAYA YOGYAKARTA  
TAHUN 2013**



## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini ,

Nama :Yoga Bramono

NIM :080903531

Program Studi :Ilmu Komunikasi

### PENGARUH BRAND EQUITY TERHADAP MINAT BELI CALON KONSUMEN DI ONLINE SHOP

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri

Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non-material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik

Bila dikemudian hari diduga kuat ada ketidak sesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, say abersedia diproses oleh tim Fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/kesarjanaan

Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tidak ada tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakkan intergritas akademik di institusi ini

Yogyakarta 04-06-2013

Saya yang menyatakan





HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *BRAND ASSOCIATION*,  
*PERCEIVED QUALITY*, DAN *BRAND LOYALTY* TERHADAP  
MINAT BELI CALON KONSUMEN DI ONLINE SHOP**

**SKRIPSI**

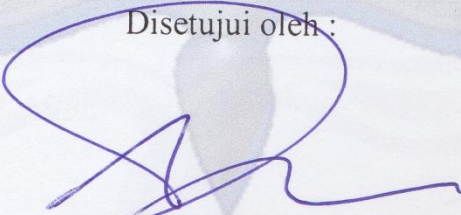
Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat  
Mencapai Gelar S.I.Kom pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Disusun oleh :

YOGA BRAMONO

080903531 / kom

Disetujui oleh :

  
Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos., MA

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
TAHUN 2013

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND ASSOCIATION, PERCEIVED QUALITY, DAN BRAND LOYALTY TERHADAP MINAT BELI CALON KONSUMEN DI ONLINESHOP

Penyusun : Yoga Bramono

NIM : 080903531

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Rabu, 12 Juni 2013

Pukul : 9.30 WIB

Tempat : Ruang Pendaran Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

TIM PENGUJI

F. Anita Herawati, SIP., M. SI.

Penguji Utama

Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos., M.A.

Penguji I

Dhyah Ayu Retno Widyastuti, S. Sos., M.Si.

Penguji II

## Halaman Persembahan

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Universitas Atmajaya Yogyakarta dan Semua Civitasnya

Semua dari mereka yang membaca dan membutuhkan isi skripsi ini untuk  
kebutuhan mereka

“Jika kamu ingin bekerja diperusahaan besar, maka kamu membutuhkan sebuah  
ijazah dengan nilai yang bagus tentunya, tetapi jika kamu ingin memiliki  
sebuah perusahaan besar, kamu tidak membutuhkan semua itu”



## Kata Pengantar

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas selesainya penyusunan skripsi yang berjudul PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND ASSOCIATION, PERCEIVED QUALITY, DAN BRAND LOYALTY TERHADAP MINAT BELI CALON KONSUMEN DI ONLINE SHOP (Studi Kuantitatif eksplanatif Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, dan Brand Loyalty Kaskus Terhadap Minat Beli Melalui FJB Kaskus Di Kalangan Kaskuser)

Menjadi suatu kebahagiaan tersendiri bagi penulis untuk dapat melakukan penelitian dan menyelesaikan skripsi ini, oleh sebab itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada banyak pihak yang telah membantu dan memberikan semangat kepada penulis yaitu:

1. Tuhan YME, yang telah memberikan jalan yang baik, kemudahan serta ketenangan hati bagi penulis dalam kehidupan sehari-hari sehingga apa yang penulis harapkan selalu dapat terlaksana dan Engkau Kabulkan
2. Kedua orang tuaku, serta keluargaku yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan semangat, doa tiada henti dan mencukupi segala kebutuhan selama ini
3. Y. Bambang Wiratmojo, Sos., Ma. Selaku dosen pembimbing yang telah dengan baik, teliti dan sabar dalam membimbing penulis dari awal hingga skripsi ini selesai.
4. F. Anita Herawari, M, SI dan Dyah Ayu Retno W, S.Sos, M. Si. yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mempresentasikan skripsi ini. Terimakasih banyak atas saran dan kritik yang telah diberikan sehingga skripsi ini menjadi baik.
5. Rosiana Irta Purnomo, yang selalu memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis selama ini, selalu menjadi tempat berbagi rasa
6. Seluruh dosen dan karyawan Fisip Universitas Atmajaya Yogyakarta

7. Teman-teman seperjuangan selama kuliah di FISIP Universitas Atmajaya Yogyakarta: Felix, Jhe, Otong, Evan, Pradip, Vega, Indra, Endru, Ipeng, Veta, Nawang, Sendy. Terimakasih atas semangat dan motivasi yang telah dicurahkan kepada penulis

8. Kaskuser yang telah membantu mengisi kuesioner sehingga penelitian ini bisa berjalan

Akhir kata, penulis sangat berterima kasih atas dukungan dan kerjasama setiap pihak yan telah membantu. Semoga skripsi ini dapat berguna bagi banyak orang

Yogyakarta, 12 Juli 2013-07-12

Hormat saya

Penulis



## ABSTRAK

Penulis ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh brand awareness, brand association, perceived quality dan brand loyalty Kaskus terhadap minat beli melalui forum jual beli (FJB) pada member Kaskus. Penelitian ini menggunakan beberapa teori yang relevan yaitu teori mengenai brand, teori mengenai brand awareness, brand association, perceived quality, brand loyalty, serta minat beli

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei, sedangkan jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanatif (Kuantitatif). Pengambilan sampel populasi dilakukan dengan metode accidental sampling, Member dari kaskus atau yang biasa dikenal sebagai kaskuser merupakan populasi dari penelitian ini, peneliti hanya mengambil 100 responden

Data primer dalam penelitian ini diperoleh berdasarkan hasil kuesioner yang dilakukan menggunakan media online dalam hal ini menggunakan forum kaskus, sedangkan data sekunder diperoleh melalui data-data yang terdapat di dalam majalah, koran, maupun website. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan skala likert. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, tabulasi silang, uji cohan, dan analisis regresi linear sederhana.

Berdasarkan hasil uji pengaruh terbukti bahwa keempat elemen tersebut yaitu brand awareness, brand association, perceived quality serta brand loyalty signifikan mempengaruhi minat beli, walaupun dari 4 elemen tersebut memiliki pengaruh yang berbeda terhadap minat beli

**Kata Kunci : Brand awareness, brand association, perceived quality, brand loyalty, minat beli**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAKSI.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR BAGAN.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
<b>BAB 1           PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Kerangka Teori.....	8
1. Merk atau Brand.....	8
2. Fungsi Merk.....	8
3. Manfaat Merk.....	9
4. Brand Awareness.....	12
5. Brand Association.....	16
6. Perceived Quality.....	18
7. Brand Loyalty.....	22

8. Website.....	26
9. Minat Beli.....	34
F. Kerangka Konsep.....	38
G. Hipotesa.....	45
H. Definisi Operasional.....	45
I. Metodologi Penelitian.....	50
1. Metodologi Penelitian.....	50
2. Jenis Penelitian.....	50
3. Lokasi Penelitian.....	51
4. Populasi dan Sample.....	51
5. Sumber Data.....	53
6. Metode Pengukuran Data.....	53
7. Metode Analisis Data.....	54
8. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	57
<b>BAB II</b>	<b>GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN</b>
A. Profil Singkat Kaskus.....	61
<b>BAB III</b>	<b>HASIL PENELITIAN</b>
A. Uji Awal.....	65
1. Uji Cochran.....	65
2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	67
B. Analisis Distribusi Frekuensi & Tabulasi Silang.....	71
1. Frekuensi Jawaban brand awareness.....	72
2. Frekuensi Jawaban brand association.....	76
3. Frekuensi jawaban perceived quality.....	79

4. Frekuensi Jawaban brand loyalty.....	82
5. Frekuensi jawaban Minat Beli.....	84
<b>C. Uji Pengaruh.....</b>	<b>86</b>
1. Uji Pengaruh Variabel X1.....	87
2. Uji Pengaruh Variabel X2.....	91
3. Uji Pengaruh Variabel X3.....	94
4. Uji Pengaruh Variabel X4.....	97
<b>D. Pembahasan.....</b>	<b>100</b>
1. Analisis X1 terhadap Y.....	101
2. Analisis X2 terhadap Y.....	103
3. Analisis X3 terhadap Y.....	105
4. Analisis X4 terhadap Y.....	108
<b>BAB IV      KESIMPULAN</b>	
A. Kesimpulan.....	112
1. Brand Awareness.....	112
2. Brand Association.....	113
3. Perceived Quality.....	113
4. Brand Loyalty.....	114
B. Saran.....	114
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>116</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

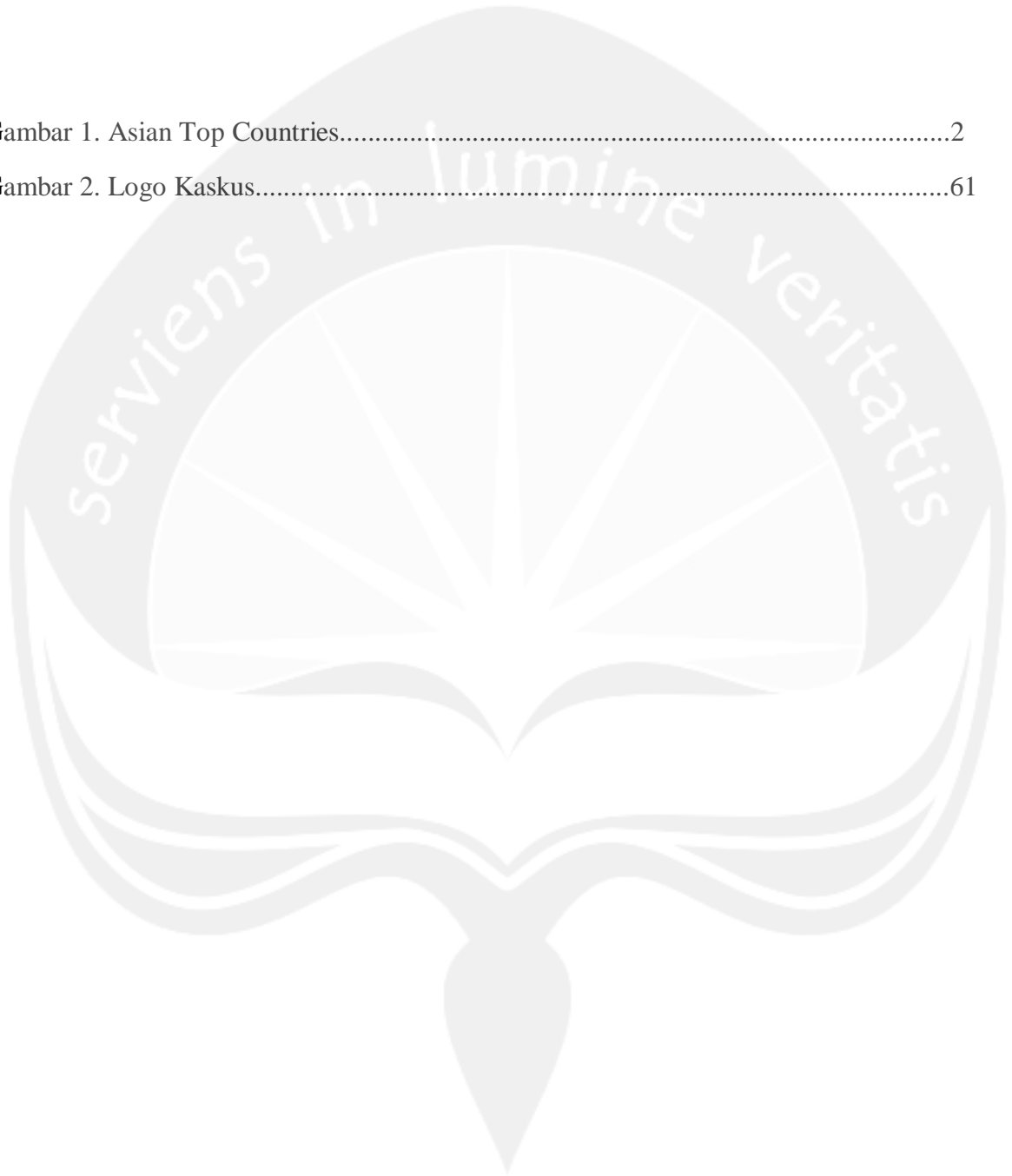


## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Uji cohran.....	66
Tabel 2. Brand Association.....	67
Tabel 3. Uji Validitas Variabel X.....	70
Tabel 4. Uji reliabilitas Instrumen Penelitian.....	71
Tabel 5. Uji reliabilitas Instrumen Penelitian.....	71
Tabel 6. Frekuensi Jawaban Top of Mind Onlineshop.....	73
Tabel 7. Frekuensi Jawaban Brand Recall.....	75
Tabel 8. Frekuensi Jawaban Brand Association.....	77
Tabel 9. Frekuensi Jawaban Perceived Quality.....	79
Tabel 10. Frekuensi Jawaban Brand Loyalty.....	82
Tabel 11. Frekuensi Jawaban Minat Beli.....	84

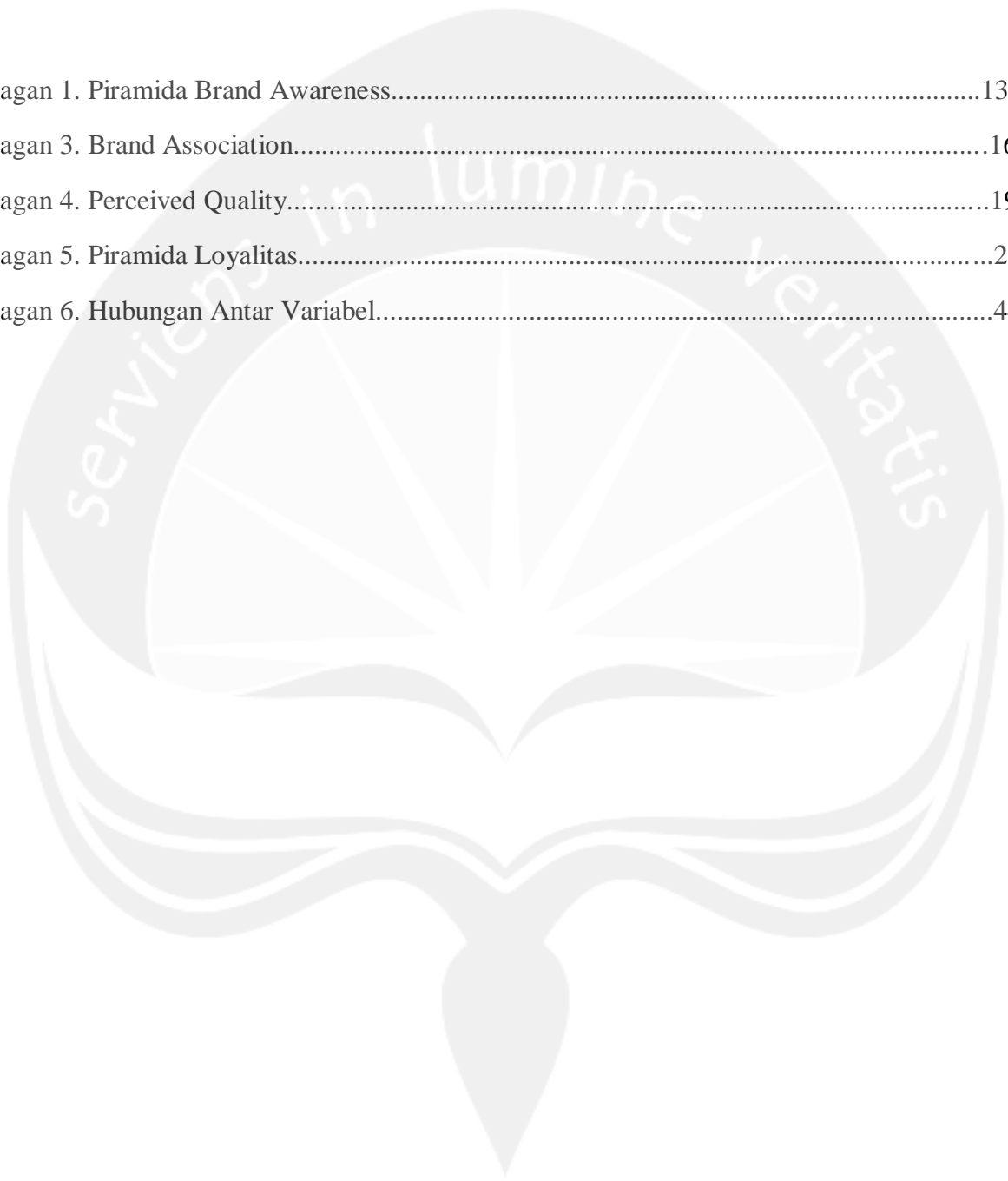
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Asian Top Countries.....	2
Gambar 2. Logo Kaskus.....	61



## DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Piramida Brand Awareness.....	13
Bagan 3. Brand Association.....	16
Bagan 4. Perceived Quality.....	19
Bagan 5. Piramida Loyalitas.....	23
Bagan 6. Hubungan Antar Variabel.....	44



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Uji Cohran
- Lampiran 2. Uji Validitas variabel X
- Lampiran 3. Reliabilitas Variabel X
- Lampiran 4. Validitas variabel Y
- Lampiran 5. Uji Pengaruh X1 ke Y
- Lampiran 6. Uji Pengaruh X2 ke Y
- Lampiran 7. Uji Pengaruh X3 ke Y
- Lampiran 8. Uji Pengaruh X4 ke Y
- Lampiran 9. Kuesioner Penelitian