

**PENGARUH KESADARAN MEREK, ATRIBUT PRODUK DAN IKLAN
TERHADAP MINAT BELI SUZUKI KARIMUN WAGON R
PADA PT.UMC GRESIK**

SKRIPSI



Oleh :

Desy Sulistiawati : 15312003

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK**

2019

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan karunia, rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian dengan judul **“Pengaruh kesadaran Merek, Atribut Produk dan Iklan Terhadap Minat Beli Mobil Suzuki Karimun Wagon R Pada PT.UMC Gresik”**. Disusun sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Gresik.

Peneliti menyadari dalam menyelesaikan proposal penelitian ini tidak terlepas dari bantuan pihak. Pada kesempatan ini perkenankanlah dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih:

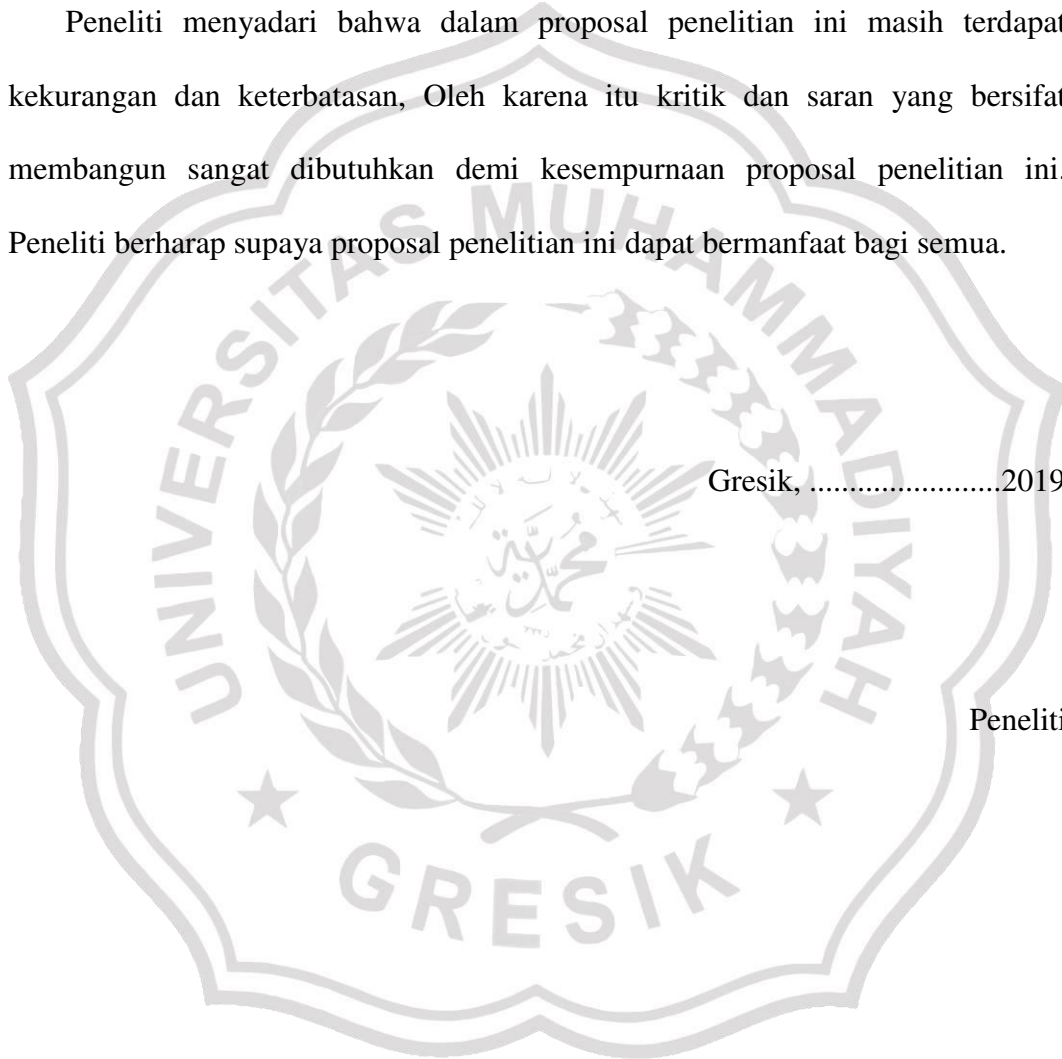
1. Prof. Dr. Ir. Setyo Budi, M.S, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Gresik.
2. Suwarno, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik.
3. Anita Handayani, S.E., M.S.M, selaku Ka. Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik.
4. Moh. Agung Suriyanto, SE., M.SM, selaku Dosen Pembimbing yang sabar dan telaten dalam menyampaikan bimbingannya.
5. Semua dosen Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi peneliti.

6. Kedua Orang tua, kakak dan adik atas doa dan dukungannya yang tiada henti
7. Teman-teman Manajemen Pemasaran yang selalu memberi perhatian, doa, dan motivasi
8. Teman-teman se-angkatan Manajemen 2015 yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih atas motivasinya.

Peneliti menyadari bahwa dalam proposal penelitian ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan, Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat dibutuhkan demi kesempurnaan proposal penelitian ini. Peneliti berharap supaya proposal penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua.

Gresik,2019

Peneliti



Desy Sulistiawati,15312003 **Pengaruh Kesadaran Merek, Atribut Produk, dan Iklan terhadap Minat Beli Suzuki Karimun Wagon R Pada PT.UMC Gresik** Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik, Juni, 2019

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh langsung Kesadaran Merek, Atribut Produk, dan Iklan terhadap Minat Beli Suzuki Karimun Wagon R Pada PT.UMC Gresik. Data penelitian menggunakan penyebaran kuisisioner kepada 100 responden yang pernah datang di PT.UMC Gresik. Pengujian menggunakan analisis regresi linier berganda pada SPSS. Hasil menunjukkan bahwa Kesadaran Merek berpengaruh secara positif terhadap Minat Beli Suzuki Karimun Wagon R, Atribut Produk berpengaruh secara positif terhadap Minat Beli Suzuki Karimun Wagon R, Iklan berpengaruh secara positif terhadap Minat Beli Suzuki Karimun Wagon R.

Kata Kunci :Kesadaran Merek, Atribut Produk, Iklan

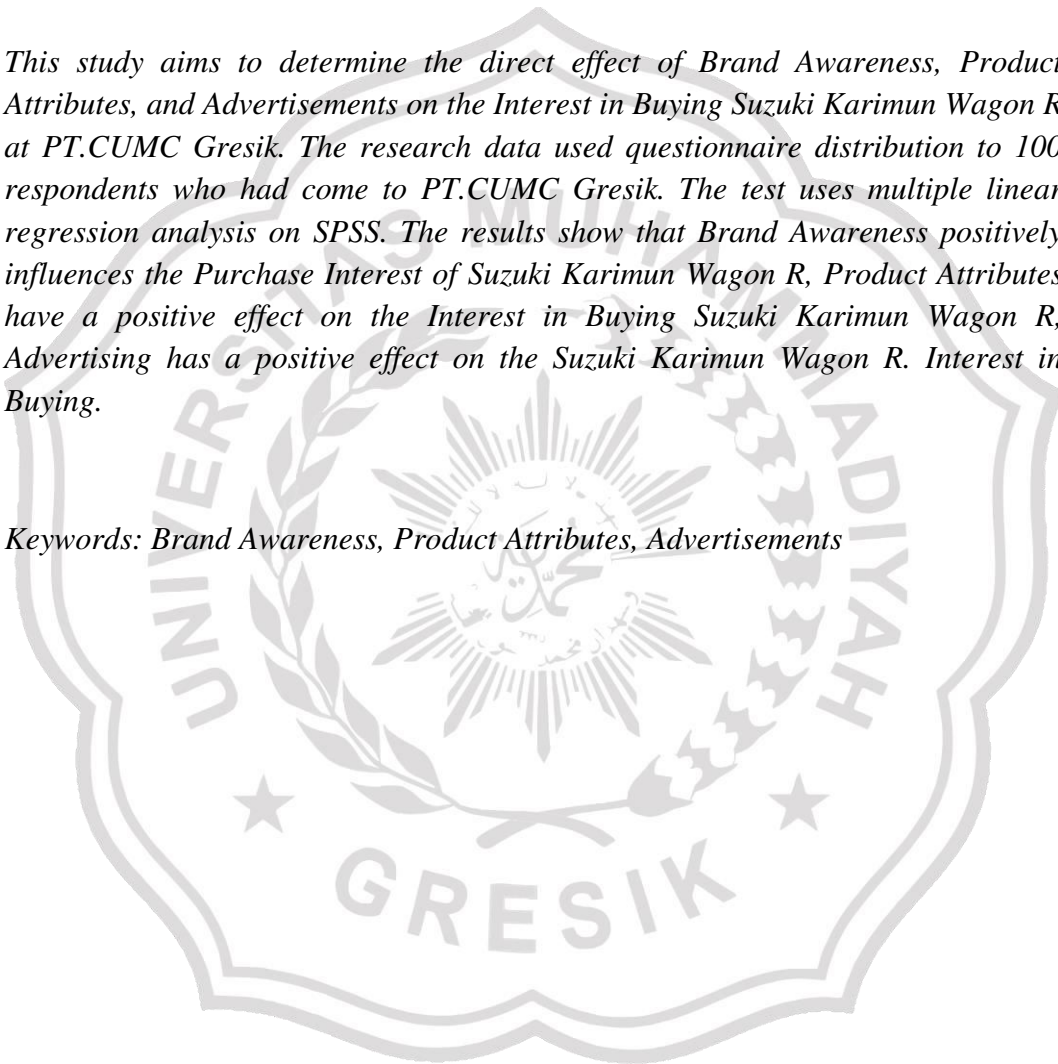


Desy Sulistiawati, 15312003 **Effects of Brand Awareness, Product Attributes, and Advertisements on Interest in Buying Suzuki Karimun Wagon R At PT.UMC Gresik.** Management, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah Gresik University, June, 2019

Abstraction

This study aims to determine the direct effect of Brand Awareness, Product Attributes, and Advertisements on the Interest in Buying Suzuki Karimun Wagon R at PT.CUMC Gresik. The research data used questionnaire distribution to 100 respondents who had come to PT.CUMC Gresik. The test uses multiple linear regression analysis on SPSS. The results show that Brand Awareness positively influences the Purchase Interest of Suzuki Karimun Wagon R, Product Attributes have a positive effect on the Interest in Buying Suzuki Karimun Wagon R, Advertising has a positive effect on the Suzuki Karimun Wagon R. Interest in Buying.

Keywords: Brand Awareness, Product Attributes, Advertisements



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori	11
2.2.1 Minat Beli Konsumen.....	11
2.2.2 Kesadaran Merek.....	13
2.2.3 Atribut Produk.....	14
2.2.4 Iklan.....	15
2.3 Kerangka Pikir.....	17
2.4 Hipotesis	18
2.5 Kerangka Konseptual	19
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Pendekatan Penelitian.....	20
3.2 Lokasi Penelitian	20

3.3 Populasi dan Sampel	20
3.3.1 Populasi	20
3.3.2 Sampel	21
3.4 Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel	21
3.5 Jenis dan Sumber Data	24
3.6 Teknik Pengambilan Data	24
3.7 Pengukuran Variabel	25
3.8 Teknik Analisis Data	25
3.8.1 Uji Instrumen	25
3.8.1.1 Uji Validitas.....	25
3.8.1.2 Uji Reliabilitas.....	26
3.8.2 Uji Asumsi Klasik	26
3.8.2.1 Uji Normalitas.....	26
3.8.2.2 Uji Multikoneritas.....	26
3.8.2.3 Uji Heteroskedastisitas	27
3.8.3 Uji Analisis Linier Berganda.....	27
3.8.4 Koefisien Determinasi	28
3.8.5 Uji Hipotesis	28

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	30
4.1.1 Gambaran Umum dan Sejarah Perusahaan	30
4.1.2 Visi, Misi dan nilai Perusahaan.....	31
4.1.2.1 Visi PT.UMC.....	31
4.1.2.2 Misi PT.UMC.....	31
4.1.2.3 Nilai Perusahaan	32
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	34
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	34
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	37
4.2.2.1 Kesadaran Merek (X1).....	38
4.2.2.2 Atribut Produk (X2).....	39
4.2.2.3 Iklan (X3).....	40
4.2.2.4 Minat Beli (Y).....	41
4.3 Uji Instrumen.....	42
4.3.1 Uji Validitas.....	42
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	43
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	44
4.4.1 Uji Normalitas.....	44
4.4.2 Uji Multikoneritas.....	45
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	46
4.5 Analisis Data.....	47
4.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	47
4.5.2 Koefisien Determinasi.....	49
4.5.3 Uji Hipotesis.....	49
4.6 Interpretasi Hasil.....	54
4.7	

BAB V Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan.....	55
5.2 Saran.....	55

DAFTAR PUSTAKA	57
----------------------	----

LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data penjualan Suzuki Karimun Wagon R.....	7
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 3.1 Karakteristik Responden berdasar jenis kelamin.....	34
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasar usia.....	35
Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasar Pendidikan	36
Tabel 4.3 Tanggapan Responden.....	37
Tabel 4.4 Tanggapan dan penilaian responden tentang Kesadaran Merek.	38
Tabel 4.5 Tanggapan dan penilaian responden tentang Atribut Produk.....	39
Tabel 4.6 Tanggapan dan penilaian responden tentang Iklan.....	40
Tabel 4.7 Tanggapan dan penilaian responden tentang Minat Beli.....	41
Tabel 4.8 Rekapitulasi Hasil Uji Validasi.....	42
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	43
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	44
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas	46
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	47

Tabel 4.14	Uji Regresi Linier Berganda	48
Tabel 4.15	Hasil Uji Koefisien Determinasi	49
Tabel 4.16	Hasil Uji t	50



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data penjualan LCGC di Indonesia	6
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	19
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	33



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Jadwal Penelitian

Lampiran 2: Kuesioner

Lampiran 3: Rekapitulasi Jawaban Responden

Lampiran 4: Data Statistik (SPSS)

Lampiran 5 : Tabel r

