

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS  
LAYANAN TERHADAP MINAT BELI DI TOKO DEPOT KAMERA  
SURABAYA**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh:**

**ARIF HIDAYAH**

**NIM. 20161221069**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

**2023**

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS  
LAYANAN TERHADAP MINAT BELI DI TOKO DEPOT KAMERA  
SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Guna Memenuhi  
Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen**



**Oleh:**

**ARIF HIDAYAH**

**NIM. 20161221069**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

**2023**

## PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Arif Hidayah  
NIM : 20161221069  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar – benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian atau seluruhnya. Apabila kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Surabaya, 22 Juli 2023

Yang membuat pernyataan



Arif Hidayah

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT BELI DI TOKO DEPOT KAMERA SURABAYA**

Diajukan Oleh :

**ARIF HIDAYAH**

**NIM : 20161221069**

Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh :

Dosen Pembimbing,

Tandatangan

Tanggal

1. Dra. Siti Salbiyah, M.Kes.



22/07/2023

2. Asyidatur Rosmaniar, SE., M.Pd



22/07/2023

Mengetahui,

Dekan,

Ketua

Program Studi,

**Dr. Mochamad Mochklas, S.Si., MM**

**Rina Mardasari, SM., M.SM.**

**PENGESAHAN PANITIA PENGUJI**

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT BELI DI TOKO DEPOT KAMERA SURABAYA**

Nama : ARIF HIDAYAH

NIM : 20161221069

Program Studi : Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surabaya

Pada Hari/Tanggal : Senin / 24 Juli 2023  
Pukul : 13.00 WIB sampai dengan 14.30 WIB

Komisi Penguji terdiri dari

Ketua Penguji

Dr. Mochamad Mochklas, S.Si., MM

Anggota I

Anggota II

Dra. Siti Salbiyah, M.Kes.

Asyidatur Rosmaniar, SE., M.Pd

Mengetahui,

Ketua  
Program Studi,

  
Dekan,  
Dr. Mochamad Mochklas, S.Si., MM

  
Rina Mardiana, SM., M.SM.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dan disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh ujian akhir Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya tahun 2022 dengan judul **“Pengaruh *Brand Awareness*, *Brand image* dan Kualitas layanan Terhadap Minat Beli di Toko Kamera Depot Kamera Surabaya”**.

Dalam penyusunan skripsi ini peneliti banyak mendapatkan bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak untuk itu perkenankan penulis mengucapkan Terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. dr. H. Sukadiono, M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surabaya.
2. Dr. Mochamad Mockhlas, S.Si., M.M selaku Dekan studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya, sekaligus menjadi Ketua Penguji Sidang Skripsi yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengikuti program studi Manajemen di Universitas Muhammadiyah Surabaya
3. Rina Maretasari, SM, M.SM selaku Ketua Program studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengikuti program studi Manajemen di Universitas Muhammadiyah Surabaya.
4. Dra. Siti Salbiyah, M, Kes. selaku pembimbing I yang telah memberikan waktu untuk membimbing dengan penuh kesabaran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Asyidatur Rosmaniar, SE, M.Pd. selaku Pembimbing II yang telah juga memberikan waktu untuk membimbing dengan penuh kesabaran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

6. Seluruh dosen dan tenaga kependidikan yang telah memberikan arahan dan ilmu selama menempuh perkuliahan di Universitas Muhammadiyah Surabaya.
7. Kedua Orang tua yang selalu mendukung serta memberikan dukungan demi kelancaran kuliah.
8. Sahabat dan Teman-teman yang selalu mendukung serta mendoakan kelancaran dalam pembuatan Skripsi.
9. Semua Pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Semoga amal kebaikan dan semua mendapat imbalan yang luar biasa dari Allah SWT, dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Surabaya, 22 Juli 2023



Penulis

## DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT .....	iii
PERSETUJUAN UNTUK UJIAN SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK .....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	11
A. Landasan Teori.....	11
1. Manajemen Pemasaran .....	11
2. Bauran Pemasaran.....	12
3. Perilaku Konsumen.....	13
4. <i>Brand Awareness</i> .....	14
a. Pengertian Citra Merk.....	14
b. Tingkatan Kategori <i>Brand Awareness</i> .....	15
c. Indikator Yang Mempengaruhi <i>Brand Awareness</i> .....	16
5. <i>Brand image</i> /Citra Merk .....	18
a. Pengertian Citra Merk.....	18
b. Tujuan Citra Merk ( <i>Brand image</i> ) .....	19



c.	Manfaat Citra Merek ( <i>Brand image</i> ) .....	19
d.	Karakteristik Merek .....	21
e.	Indikator Yang Membentuk Citra Merek .....	21
6.	Kualitas Pelayanan.....	22
a.	Pengertian Kualitas .....	22
b.	Pengertian Kualitas Pelayanan.....	23
c.	Indikator Kualitas Pelayanan Jasa .....	23
7.	Minat beli .....	25
a.	Pengertian Minat beli.....	25
b.	Tahap-Tahap Minat beli.....	25
c.	Indikator Minat Beli.....	26
B.	Temuan Terdahulu .....	27
C.	Kerangka Konseptual Dan Model Analisis .....	30
D.	Hipotesis.....	33
BAB III METODE PENELITIAN.....		35
A.	Pendekatan Penelitian.....	35
B.	Definisi Operasional Variabel .....	35
1.	Variabel Bebas ( <i>Independent Variabel</i> ).....	35
2.	Variabel terikat ( <i>Dependent Variabel</i> ).....	36
C.	Populasi dan Teknik Sampel .....	40
1.	Populasi.....	40
2.	Teknik Sampel .....	41
D.	Teknik Pengumpulan Data .....	42
1.	Pengumpulan Data Primer .....	42
2.	Pengumpulan Data Skunder.....	42
E.	Teknik Pengolahan Data .....	42
F.	Analisis Data .....	43
1.	Statistik Deskriptif .....	43
2.	Uji Instrumen .....	43
3.	Uji Asumsi Klasik.....	44
4.	Analisis Regresi Berganda.....	45

5.	Uji Hipotesis .....	46
6.	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		48
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....		48
1.	Profil Perusahaan .....	48
2.	Logo Perusahaan.....	49
B. Deskripsi data hasil penelitian.....		49
1.	Karakteristik Responden.....	49
a.	Jenis Kelamin Responden.....	49
b.	Usia Responden .....	50
c.	Pendidikan Responden.....	50
d.	Pekerjaan Responden.....	51
e.	Pendapatan Responden .....	52
f.	Asal Kota .....	52
2.	Gambaran Variabel Penelitian .....	53
C. Hasil Analisa .....		54
1.	Uji Instrumen .....	54
2.	Uji Asumsi Klasik.....	55
3.	Uji Regresi Linier Berganda .....	58
D. Pengujian Hipotesis.....		59
a.	Uji t .....	60
b.	Uji F .....	61
E. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....		61
F. Pembahasan .....		62
1.	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap Minat Beli.....	62
2.	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Minat Beli .....	63
3.	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli .....	65
4.	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> , <i>Brand image</i> dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli.....	66

BAB V PENUTUP.....	68
A. Kesimpulan.....	68
B. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA .....	70

## DAFTAR TABEL

<b>Nomor</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Halaman</b>
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	36
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	50
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	51
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	51
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	52
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Kota Pembeli.....	52
Tabel 4.7	Tabel Deskriptif .....	53
Tabel 4.8	Validitas Pernyataan Indikator.....	54
Tabel 4.9	Uji Reliabilitas .....	55
Tabel 4.10	Uji Multikolinearitas .....	57
Tabel 4.11	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	58
Tabel 4.12	Hasil Uji t.....	60
Tabel 4.13	Hasil Uji F.....	61
Tabel 4.14	Koefisien Determinasi.....	62

## DAFTAR GAMBAR

<b>Nomor</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Halaman</b>
Gambar 1.1	Kunjungan Konsumen Periode 2021-2022 .....	5
Gambar 1.2	Omset Penjualan Periode 2021-2022 .....	6
Gambar 1.3	Fluktuasi Penjualan Periode 2021-2022.....	7
Gambar 2.1	Tingkatan <i>Brand Awareness</i> .....	16
Gambar 2.2	Kerangka Konseptual .....	31
Gambar 2.3	Model Analisis .....	32
Gambar 4.1	Logo Toko Depot Kamera Surabaya.....	49
Gambar 4.2	P-P Plot Uji Normalitas.....	56
Gambar 4.3	Diagram Scatterplot.....	57

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Nomor</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Halaman</b>
	LAMPIRAN KUESIONER .....	73
	LAMPIRAN TABULASI .....	79
	LAMPIRAN DATA MENTAH.....	83
	LAMPIRAN OLAH DATA SPSS.....	88
	LAMPIRAN R-TABEL .....	92
	LAMPIRAN T-TABEL .....	93
	LAMPIRAN F-TABEL .....	94
	LAMPIRAN SURAT-SURAT .....	95
	LAMPIRAN PERSETUJUAN REVISI .....	101



## DAFTAR PUSTAKA

- Akdon, & Riduwan. (2020). *Rumus dan Data Dalam Analisis Statiska*. Jakarta: Alfabeta.
- Bateson, & Hoffman. (2015). *Service Marketing: Concepts, strategies & Cases*. South-Western Australia: Cengage Learning.
- Durianto, & Liana. (2017). *Strategi Menaklukkan Pasar; Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitingjak, T. (2017). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Fandy, T., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Fatihudin, D. (2020). *Metodologi Penelitian Untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi : Dari teori ke praktek*. Sidoarjo: Zifatama Publishing.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2020). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2020). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS. Edisi 7*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, H. N. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV Yrama Widya.
- Hayati, R., & Dahrani. (2022). Pengaruh Brand Awareness terhadap Minat Beli Konsumen pada Sova Kopi. *SOSEK: Jurnal Sosial dan Ekonomi, Volume 3 (Issue 2 Years)*, Hal. 21-29. Hämtat från <http://jurnal.bundamedia grup.co.id/index.php/sosek> den 22 07 2023
- Hermawan, A. (2021). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Hidayat, M. N. (2017). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Brand Bakso Alex (Studi Pada Konsumen Bakso Alex Surakarta). *Skripsi*, 1-10.
- Industri.Kontan. (den 29 Juni 2020). *Duh, pasar kamera digital tergerus pasar ponsel pintar, bagaimana strategi produsen?* Hämtat från [industri.kontan.co.id](https://industri.kontan.co.id): <https://industri.kontan.co.id/news/duh-pasar-kamera-digital-tergerus-pasar-ponsel-pintar-bagaimana-strategi-produsen>



- Ismanto, & Susanti, E. (November 2019). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Pada Toko Prima. *Jurnal Ilmiah WIDYA Ekonomika, Volume 2 Nomor 1*(ISSN 23387807), 46-54.
- Kartajaya, H. (2013). *Positioning, Diferensiasi, dan Brand*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Vol. Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Parasuraman. (2014). *The Behavioral Consequenses Of Service Quality*. New Jersey: Prentince Hall.
- Peter, & Olson. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (9 uppl.). (D. T. Dwiandani, Övers.) Jakarta: Salemba Empat.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen – Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Santoso, D. A., Erdiansyah, R., & Pribadi, M. A. (Desember 2018). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image terhadap Minat Beli Produk Kecantikan. *Prologia, Vol. 2, No. 2*, 286 – 290.
- Sari, P. D., Manggabarani, A. S., & Husniati, R. (2020). Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Produk Fashion Secara Online Di Jakarta (Studi Pada Situs Belanja Online Zalora). *PROSIDING BIEMA Business Management, Economic, and Accounting National Seminar, Volume 1*, 727 - 738.
- Satria, M. (2019). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Samsung Galaxy Di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar. *Skripsi*, 2-66.
- Schiffman, & Kanuk. (2014). *Perilaku konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Siregar, S. I. (2015). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suhardi, D., & Irmayanti, R. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat . *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen, Vol 3, (1)*, 53-62.
- Sujarweni, W. W., & Endrayanto, P. (2015). *Statistika Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sunyoto, D. (2018). *Dasar-dasar manajemen pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Suparyanto, & Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: In Media.
- Suyono, Sukmawati, S., & Pramono. (2012). *Pertimbangan Dalam Membeli Produk. Barang Maupun Jasa*. Jakarta: Intidayu Press.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.