

**PENGARUH KESADARAN MEREK, PERSEPSI KUALITAS DAN LOYALITAS
MEREK TERHADAP NIAT BELI SMARTPHONE**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan Program Strata Satu (S1)
Psikologi (S.Psi)



Muhammad Kafil Bakhtiyar
B37210097

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN KESEHATAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
2016**


SKRIPSI

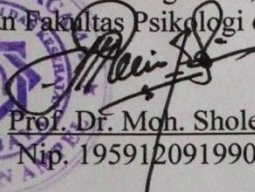
**PENGARUH KESADARAN MEREK, PERSEPSI KUALITAS DAN
LOYALITAS MEREK TERHADAP NIAT BELI SMARTPHONE**

Yang disusun oleh
Muhammad Kafil Bakhtiyar
B37210097

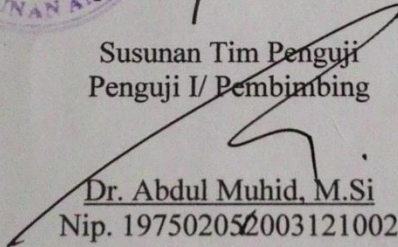
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
pada Tanggal 1 Februari 2016

Mengetahui,
Dekan Fakultas Psikologi dan Kesehatan

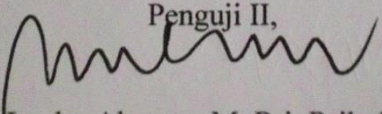



Prof. Dr. Moh. Sholeh, M.Pd
Nip. 195912091990021001

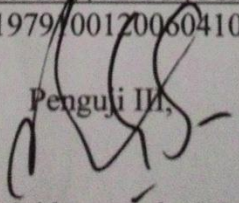
Susunan Tim Penguji
Penguji I/ Pembimbing


Dr. Abdul Muhid, M.Si
Nip. 197502052003121002

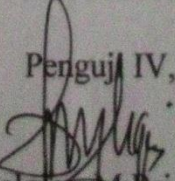
Penguji II,


Lucky Abrorry, M. Psi, Psikolog
Nip. 1979/0012006041005

Penguji III,


Hj. Tatik Mukhoyyaroh, S.Psi, M.Si
Nip. 197605112009122002

Penguj IV,


Soffy Balgles, M. Psi, Psikolog
Nip. 197609222009122001

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “pengaruh kesadaran merek, persepsi kualitas dan loyalitas merek terhadap niat beli smartphone” merupakan karya asli yang diajukan untuk memperoleh gelar sarjana Psikologi di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Karya ini sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis di acu dalam naskah ini san disebutkan dalam daftar pustaka.

Surabaya, 2 Februari 2016



M. Hafid. Bahiyar

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah yang Maha Rahman-Rahim, yang Maha Fattah-'Alim yang telah memberikan karunia-Nya sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi penelitian dengan baik setelah melalui berbagai rintangan.

Sholawat serta salam semoga tetap tercurah dan terlimpahkan kepada Nabi akhir Zaman, Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat dan seluruh pengikutnya.

Terselesaikannya skripsi ini merupakan hasil kerja keras peneliti dan berkat bantuan dari beberapa pihak yang telah memberikan bimbingan, kritik maupun saran. Untuk itu penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Abd A'la, MA, Rektor UIN Sunan Ampel Surabaya.
2. Prof. Dr. H. Moh. Sholeh., M.Pd, PNI, Dekan Fakultas Psikologi dan Kesehatan.
3. Rizma Fithri S.Psi, M.Si Ketua Jurusan Psikologi, Fakultas Psikologi dan Kesehatan Uin Sunan Ampel Surabaya.
4. Dr. Suryani, S.Ag, S.Psi, M.Psi, Ketua Prodi Psikologi Fakultas Psikologi dan Kesehatan UIN Sunan Ampel Surabaya.
5. Dr. Abdul Muhid, M.Si, Dosen pembimbing skripsi yang mengarahkan penulis demi kelancaran penyelesaian skripsi ini.
6. Seluruh staff akademika UIN Sunan Ampel khususnya Program Studi Psikologi Fakultas Psikologi dan Kesehatan UIN Sunan Ampel Surabaya yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Kedua orang tua saya tercinta yang senantiasa member dukungan, doa juga biaya materi untuk terselesaikannya skripsi ini
8. Kepada teman-teman Psikologi G3 angkatan 2010, terimakasih untuk persahabatan, bantuan, keluh kesah bersama dalam mencapai tujuan akhir bahagia bersama.
9. Teman-teman yang telah membantu hingga terselesaikannya skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang selalu memberi semangat dalam penyelesaian skripsi ini.

Tiada imbalan yang dapat penulis berikan, kecuali hanya do'a semoga Allah SWT memberikan imbalan yang lebih baik kepada pihak yang bersangkutan yang

telah memberikan banyak jasanya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Hal ini tidak lain karena keterbatasan kemampuan penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari para pembaca agar skripsi ini menjadi lebih sempurna. Demikian semoga makalah dapat memberikan manfaat.

Surabaya, 15 Januari 2016

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
INTISARI	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Keaslian Penelitian.....	9
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	13
A. Landasan Teori.....	13
a. Niat Beli	13
b. Kesadaran Merek	14
c. Persepsi Kualitas	16
d. Loyalitas Merek	19
B. Kerangka Teoritik	24
C. Hipotesis	24
BAB III : METODE PENELITIAN	26
1. Identifikasi Variabel.....	26
2. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	26
A. Kesadaran Merek	26
B. Persepsi Kualitas	27
C. Loyalitas Merek	27
D. Niat Beli	27
3. Populasi, Sampel Dan Teknik Sampling	27
4. Instrumen Penelitian	28
5. Uji Validitas Dan Reliabilitas	32
A. Validitas Skala Penelitian Kesadaran Merek.....	32
B. Validitas Skala Penelitian Persepsi Kualitas.....	35
C. Validitas Skala Penelitian Loyalitas Merek.....	38
D. Validitas Skala Penelitian Niat Beli.....	40
E. Uji Reliabilitas	43

6. Teknis Analisis.....	44
- Analisis Regresi Linier Berganda	44
a. Uji Normalitas	44
b. Uji Linieritas	45
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
A. Analisis Deskripsi Subyek	46
B. Reliabilitas Data.....	47
C. Hasil Penelitian	48
1. Uji Normalitas.....	48
2. Uji Linieritas	49
3. Pengujian Hipotesis	50
D. Pembahasan.....	56
BAB V : PENUTUP	60
A. KESIMPULAN.....	60
B. SARAN.....	60
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

TABEL 3.1 : Blue Print	29
TABEL 3.2 : Validitas Kesadaran Merek.....	32
TABEL 3.3 : Blue Print Penelitian Kesadaran Merek.....	35
TABEL 3.4 : Validitas Persepsi Kualitas	35
TABEL 3.5 : Blue Print Penelitian Persepsi Kualitas.....	37
TABEL 3.6 : Validitas Loyalitas Merek.....	38
TABEL 3.7 : Blue Print Penelitian Loyalitas Merek.....	40
TABEL 3.8 : Validitas Niat Beli.....	40
TABEL 3.9 : Blue Print Penelitian Niat Beli.....	43
TABEL 4.1 : Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
TABEL 4.2 : Responden Berdasarkan Usia	46
TABEL 4.3 : Rangkuman Hasil Uji Coba Reliabilitas	47
TABEL 4.4 : Uji Normalitas Kolmogorov - Smirnov & Shapiro - Wilk	49
TABEL 4.5 : Uji Linieritas	49
TABEL 4.6 : Analisa Model Regresi.....	51
TABEL 4.7 : Total Sumbangan Efektifitas.....	51
TABEL 4.8 : Hasil Analisis Regresi Linier Ganda.....	52
TABEL 4.9 : Simpulan Analisis	55
TABEL 4.1.0 :Hasil Sumbangan Efektifitas.....	56

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I	: Tabulasi Data Mentah Kesadaran Merek
LAMPIRAN II	: Tabulasi Data Mentah Persepsi Kualitas
LAMPIRAN III	: Tabulasi Data Mentah Loyalitas Merek
LAMPIRAN IV	: Tabulasi Data Mentah Niat Beli
LAMPIRAN V	: Tabulasi Skoring Data Kesadaran Merek
LAMPIRAN VI	: Tabulasi Skoring Data Persepsi Kualitas
LAMPIRAN VII	: Tabulasi Skoring Data Loyalitas Merek
LAMPIRAN VIII	: Tabulasi Skoring Data Niat Beli
LAMPIRAN IX	: Hasil Output <i>Cross-Product</i>
LAMPIRAN X	: Uji Validitas & Reliabilitas Aitem Skala Kesadaran Merek
LAMPIRAN XI	: Uji Validitas & Reliabilitas Aitem Skala Persepsi Kualitas
LAMPIRAN XII	: Uji Validitas & Reliabilitas Aitem Skala Loyalitas Merek
LAMPIRAN XIII	: Uji Validitas & Reliabilitas Aitem Skala Niat Beli
LAMPIRAN XIV	: Uji Normalitas
LAMPIRAN XV	: Uji Linier