

**PENGARUH *BRAND EQUITY* TERHADAP *PURCHASE INTENTION*
KONSUMEN TOKO ZANETI BRANDED**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Starta Satu (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Rina Umawati

NIM : 19414887

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
TAHUN 2023**

**PENGARUH *BRAND EQUITY* TERHADAP *PURCHASE INTENTION*
KONSUMEN TOKO ZANETI BRANDED**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Starta Satu (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Rina Umawati

NIM : 19414887

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
TAHUN 2023**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Brand Equity* Terhadap *Purchase Intention*
Konsumen Toko Zaneti Branded
Nama : Rina Umawati
NIM : 19414887
Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 7 Maret 1997
Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk
diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 5 Juli 2023

Pembimbing I


Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si
NIDN. 0008057601

Pembimbing II


La Ode Sugianto, Spd.MM
NIDN. 0730068503

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi



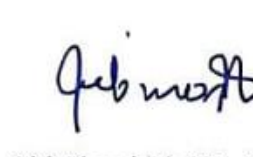
Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si
NIP. 19760508 200501 1 002

Dosen Penguji:


Ketua


Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si
NIDN. 0008057601

Sekretaris


Siti Chamidah, SE, M.Si
NIDN. 0019057101

Anggota


Fery Setiawan, SE.MM
NIDN. 0720128904

RINGKASAN

PENGARUH *BRAND EQUITY* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* KONSUMEN TOKO ZANETI BRANDED

Rina Umawati 19414887

Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari *brand equity* terhadap *purchase intention* konsumen toko Zaneti Branded. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuisioner. Populasi pada penelitian ini merupakan konsumen toko Zaneti Branded. Teknik pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling*. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa : 1) *Brand awareness* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *purchase intention* di toko Zaneti Branded. 2) *Perceived quality* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *purchase intention* di toko Zaneti Branded. 3) *Brand association* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *purchase intention* di toko Zaneti Branded. 4) *Brand loyalty* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *purchase intention* di toko Zaneti Branded.

Kata Kunci : *Brand Equity, Brand Awareness, Perceived Quality, Brand Association, Brand Loyalty, Purchase Intention.*

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 5 Juli 2023



Rina Umawati
NIM. 19414887

DAFTAR ISI

Halaman Pengesahan.....	ii
Ringkasan	iii
Pernyataan Tidak Melanggar Kode Etik Penelitian	iv
Daftar Isi	v
Daftar Gambar.....	vi
Daftar Tabel	vii
Daftar Lampiran	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN TEORI.....	9
A. Landasan Teori	9
B. Penelitian Terdahulu.....	34
C. Kerangka Pemikiran.....	37
D. Hipotesis.....	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	43
A. Ruang Lingkup Penelitian.....	43
B. Populasi dan Sampel Penelitian.....	43
C. Metode Pengambilan Data	44
D. Jenis Data Penelitian	45
E. Definisi Operasional Variabel	45
F. Metode Analisis Data.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	53
A. Hasil Penelitian.....	53
B. Pembahasan	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	77
A. Kesimpulan.....	77
B. Saran.....	78
Daftar Pustaka	79
Lampiran.....	83

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Kategori produk paling diminati dalam belanja online di Indonesia	1
Gambar 1. 2 Akun Instagram Toko Zaneti Branded.....	3
Gambar 1. 3 Akun Toko Online Zaneti Branded (Shopee).....	4
Gambar 2. 1 Model Perilaku Konsumen	17
Gambar 2. 2 Kerangka Berfikir.....	37
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Toko Zaneti Branded.....	54
Gambar 4. 2 Logo Toko Zaneti Branded.....	54



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Akun Instagram Toko Fashion di Ponorogo	2
Tabel 3. 1 Tabel Skala Likert.....	45
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	55
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Menurut Usia	55
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Menurut Pendidikan Terakhir	56
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Terhadap Brand Awareness	57
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Terhadap Perceived Quality	58
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap Brand Association	60
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Terhadap Brand Loyalty	61
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Terhadap Purchase Intention	63
Tabel 4. 9 Tabel Hasil Uji Validitas.....	65
Tabel 4. 10 Tabel Hasil Uji Reabilitas	65
Tabel 4. 11 Tabel Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	66
Tabel 4. 12 Tabel Hasil Analisis Koefisien Determinasi	68
Tabel 4. 13 Tabel Hasil Uji T (Uji Parsial)	68
Tabel 4. 14 Tabel Hasil Uji F (Uji Simultan)	70



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian	83
Lampiran 2. Data Hasil Skor Kuisisioner	86
Lampiran 3. Hasil Pengujian Validitas.....	96
Lampiran 4. Hasil Pengujian Reabilitas	98
Lampiran 5. Hasil Pengujian Analisis Regresi Linear Berganda dan Koefisien Determinasi.....	99
Lampiran 6. Hasil Pengujian Uji T dan Uji F.....	100

