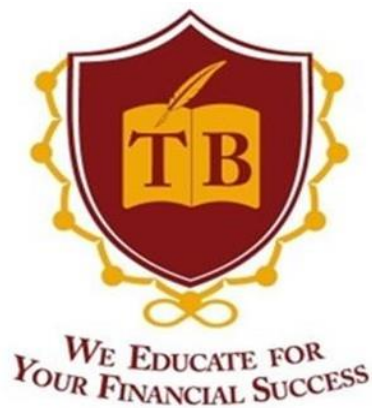


**PENGARUH *BRAND AWARENESS* DAN *BRAND LOYALTY*
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PELANGGAN GS
SUPERMARKET CABANG JATIASIH**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen



Oleh
Kevin Yohan
192411029

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI TRI BHAKTI BEKASI, 2023**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Kevin Yohan

Nomor Induk Mahasiswa : 192411020

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi :

**PENGARUH *BRAND AWARENESS* DAN *BRAND LOYALTY* TERHADAP
PURCHASE INTENTION PELANGGAN GS SUPERMARKET CABANG
JATIASHI**

Skripsi tersebut telah disetujui dan diterima baik sebagai salah satu karya ilmiah mahasiswa yang bersangkutan sebagai salah satu syarat untuk mendapat gelar sarjana pada Program Studi Strata Satu Manajemen.

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Eddy Setyanto, S.Sos., M.Si
NIDN : 0325107402

Dosen Pembimbing



Dr. Darwin Hasiholan, SE., M.Si
NIDN : 0328037401

LEMBAR PENGESAHAN

**Pengaruh *Brand Awareness* dan *Brand Loyalty* terhadap *Purchase intention*
pelanggan GS SUPERMARKET Cabang Jatiasih**

Oleh :

Kevin Yohan

192411029

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian

Guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Telah disetujui oleh Tim Penguji pada Tanggal seperti tertera di bawah ini

Bekasi, 15 Agustus 2023



Dr. Parwanto

Ketua Tim Penguji



Irvan F.C. Oentoeng, S.E., M.M

Anggota Tim Penguji 1



Dr. Darwin Hasiholan, SE., M.Si

Anggota Tim Penguji 2

**SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS
PROGRAM STUDI S.I MANAJEMEN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, Skripsi ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelara akademik Sarjana Akuntansi/Manajemen, di STIE Tri Bhakti maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dosen pembimbing dan penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa gelar yang telah diperoleh karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Bekasi, 15 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan Materai



Kevin Yohan

NIM : 192411029

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Kevin Yohan

NIM : 192411029

Perguruan Tinggi : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti

Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyetujui untuk memberikan izin kepada **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti**, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah ini yang berjudul “**PENGARUH BRAND AWARENESS DAN BRAND LOYALTY TERHADAP PURCHASE INTENTION PELANGGAN GS SUPERMARKET CABANG JATIASIH**”, beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** ini pihak **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti** berhak menyimpan, mengalih-media atau format-kan, mengelolanya dalam pangkalan data (*database*). Mendistribusikan dan menampilkan atau mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari kami selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti**, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Bekasi, 15 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan



Kevin Yohan

192411029

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menguji secara empiris pengaruh *Brand Awareness* dan *Brand Loyalty* terhadap *Purchase Intention* Pelanggan GS Supermarket cabang Jatiasih. Penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan dengan kuesioner. Pengambilan sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Data penelitian diproses dengan program statistik SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Brand Awareness* dan *Brand Loyalty* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Intention* Pelanggan GS Supermarket cabang Jatiasih. Berdasarkan hasil Uji t menunjukkan bahwa variabel *Brand Awareness* yang memiliki $t_{hitung} (3,406) > t_{tabel} (1,984)$ dengan nilai signifikansi $0,01 < 0,05$. Sedangkan Berdasarkan hasil Uji t menunjukkan bahwa variabel *Brand Loyalty* yang memiliki $t_{hitung} (3,241) > t_{tabel} (1,984)$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,02 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa *Brand Awareness* dan *Brand Loyalty* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Intention* pelanggan di GS Supermarket. Dan juga berdasarkan hasil koefisien determinasi adalah sebesar 0,368 dimana $R^2 < 1$ yang berarti bahwa 36,8% artinya variabel *Brand Awareness* dan *Brand Loyalty* dapat menjelaskan *Purchase Intention* sebesar 36,8%.

Kata Kunci: *Brand Awareness*, *Brand Loyalty*, *Purchase Intention*, GS Supermarket, Jatiasih

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze and test empirically the effect of Brand Awareness and Brand Loyalty on Purchase Intention of GS Supermarket Jatiasih branch customers. This study uses primary data collected by questionnaire. Sampling used as many as 100 respondents. The research data was processed using the SPSS statistical program. The results showed that Brand Awareness and Brand Loyalty had a positive and significant influence on Customer Purchase Intention of GS Supermarket Jatiasih branch. Based on the results of the t test, it shows that the Brand Awareness variable has t count (3.406) > t_{table} (1.984) with a significance value of 0.01 < 0.05. Meanwhile, based on the results of the t test, it shows that the Brand Loyalty variable has t count (3.241) > t_{table} (1.984) with a significant level of 0.02 < 0.05. This shows that Brand Awareness and Brand Loyalty have a positive and significant effect on Customer Purchase Intention at GS Supermarket. And also based on the results the coefficient of determination is 0.368 where R² < 1 which means that 36.8% means that the variables Brand Awareness and Brand Loyalty can explain Purchase Intention of 36.8%.

Keywords: Brand Awareness, Brand Loyalty, Purchase Intention, GS Supermarket, Jatiasih

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, rahmat, pertolongan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Brand Awareness dan Brand Loyalty terhadap Purchase Intention Pelanggan GS Supermarket Cabang Jatiasih” tepat pada waktunya. Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat guna mencapai gelar Sarjana Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakri. Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bimbingan, kritik, saran, dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua saya yaitu Papa Yohan Susanto dan Mama Lina Liyana yang telah membimbing, mendidik dan memberikan banyak dukungan yang luar biasa dalam bentuk doa maupun materi dalam penyusunan membantu menyusun susunan skripsi ini dan studi yang saya tempuh.
2. Bapak Alm dr Naek L.Tobing selaku ketua Pembina STIE Tri Bhakti.
3. Bapak Drs. Widayatmoko, MM.,M.Ikom.,selaku ketua STIE Tri Bhakti
4. Bapak Dr. Eddy Setyanto, S.Sos., M.Si selaku ketua Prodi Manajemen STIE Tri Bhakti
5. Bapak Dr. Darwin Hasiholan, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu memberikan informasi, kritik, saran, dan masukan dalam penulisan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan ilmunya selama penulis menuntut ilmu di STIE Tri Bhakti.
7. Kepada seluruh staff STIE Tri Bhakti yang telah memberikan dukungan dan membantu penulis dalam urusan administrasi selama perkuliahan.
8. Kepada seluruh mahasiswa STIE Tri Bhakti khususnya Angkatan 2019 yang selalu support dan berbagi informasi tentang skripsi.
9. Kepada teman atau tetangga yang membantu saya dalam mengisi kuesioner untuk melanjutkan penelitian.
10. Kepada pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis yang sudah membantu

Penulis memahami bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, masih banyak hal yang perlu dibenahi dan diperbaiki itu semua karena pengalaman, pengetahuan, dan yang saya miliki masih kurang. Harapan saya untuk teman-teman yang membaca skripsi ini untuk memberikan saran dan kritik yang membangun kepada penulis supaya kedepannya lebih semangat dan lebih baik lagi.

Bekasi, 15 Agustus 2023



Kevin Yohan

192411029

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	iv
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
10.1 Latar Belakang Masalah	1
10.2 Identifikasi Masalah.....	5
10.3 Perumusan Masalah	5
10.4 Batasan Penelitian	5
10.5 Tujuan Penelitian	5
10.6 Manfaat Penelitian	6
10.7 Sistematika Penulisan	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Manajemen Pemasaran	8
2.1.2 <i>Marketing Mix</i>	8
2.1.3 <i>Brand Awareness</i>	10
2.1.3.1 Dimensi <i>Brand Awareness</i>	11
2.1.4 <i>Brand Loyalty</i>	11
2.1.4.1 Dimensi <i>Brand Loyalty</i>	12
2.1.5 <i>Purchase Intention</i>	13
2.1.5.1 Dimensi <i>Purchase Intention</i>	14

2.1.5.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>Purchase Intention</i> ..	15
2.2 Penelitian Terdahulu	16
2.3 Kerangka Penelitian	19
2.4 Hipotesis Penelitian.....	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
3.1 Desain Penelitian	21
3.1.1 Jenis Penelitian	21
3.1.2 Tempat dan Waktu Penelitian	21
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran	21
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	26
3.3.1 Populasi	26
3.3.2 Sampel Penelitian	27
3.4 Sumber Data	28
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.6 Teknik Analisis Data	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN	34
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	34
4.1.1 Sejarah Perusahaan GS Supermarket	34
4.1.2 Deskripsi data objek penelitian	35
4.2 Hasil Penelitian	45
4.2.1 Uji Validitas.....	45
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	47
4.3 Uji Asumsi Klasik.....	47
4.3.1 Uji Normalitas	47
4.3.2 Uji Linieritas.....	48
4.3.3 Uji Multikolinieritas	49
4.3.4 Uji Heterokedastisitas	50
4.4 Analisis Uji Regresi Berganda.....	50
4.5 Uji Hipotesis	51
4.5.1 Uji T	51
4.5.2 Uji F.....	52

4.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	53
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	53
4.7.1 Pengaruh Brand Awareness Terhadap Purchase Intention.....	54
4.7.2 Pengaruh Brand Loyalty Terhadap Purchase Intention	54
4.7.3 Pengaruh Brand Awareness dan Brand Loyalty Terhadap Purchase Intention	54
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	56
5.1 Simpulan	56
5.2 Saran	56
DAFTAR PUSTAKA.....	58
LAMPIRAN-LAMPIRAN	65

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Nama & Lokasi Cabang GS Supermarket Sekitar Jabodetabek	3
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1	Definisi Operasional	23
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	36
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	36
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Variabel <i>Brand Awareness</i> (X1).....	37
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Variabel <i>Brand Loyalty</i> (X2).....	39
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Variabel <i>Purchase Intention</i> (Y).....	42
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas <i>Brand Awareness</i> (X1)	45
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas <i>Brand Loyalty</i> (X2)	46
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas <i>Purchase Intention</i> (Y).....	46
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas	47
Tabel 4.11	Hasil Uji Normalitas	47
Tabel 4.12	Hasil Uji Linieritas	48
Tabel 4.13	Hasil Uji Multikolinieritas	49
Tabel 4.14	Hasil Uji Heterokedastisitas.....	50
Tabel 4.15	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	50
Tabel 4.16	Hasil Uji Parsial (uji T)	51
Tabel 4.17	Hasil Uji Simultan (Uji F).....	52
Tabel 4.18	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 GS Supermarket.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	19
Gambar 4.1 Logo GS Supermarket (sumber: GS Supermarket)	34

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Pengolahan Data.....	66
Lampiran 2 Kuesioner	72
Lampiran 3 Tabulasi Data Responden.....	78
Lampiran 4 Daftar Riwayat Hidup.....	85
Lampiran 5 Kartu Bimbingan.....	86