

**PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK,
LOYALITAS MEREK DAN PERSEPSI KUALITAS
TERHADAP NIAT PEMBELIAN KEMBALI
(Studi pengguna *e-commerce* shopee pada
mahasiswa Kabupaten Sukoharjo)**



Disusun Oleh:
Muhammad Widi Kurniawan
1852100085

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS VETERAN BANGUN NUSANTARA
SUKOHARJO

2023

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Widi Kurniawan
Tempat/Tanggal Lahir : Sragen, 14 Desember 1999
NIM : 1852100085
Prodi/Fakultas : S-1 Manajemen Ekonomi
Perguruan Tinggi : Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo
Pembimbing I : Yoppi Syahrial, S.E., M.M
Pembimbing II : Salman Faris Insani, S.E., M.M
Judul Skripsi : PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK, LOYALITAS MEREK DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP NIAT PEMBELIAN KEMBALI (Studi pengguna *e-commerce* shopee pada mahasiswa Kabupaten Sukoharjo)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi tersebut merupakan hasil karya tulis ilmiah saya dan bukan merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun pendapat atau karya tulis ilmiah berlaku. Apabila di kemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab.

Sukoharjo, Juli 2023

Menyatakan ,



Muhammad Widi Kurniawan

NIM : 1852100085

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK, LOYALITAS MEREK DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP NIAT PEMBELIAN KEMBALI (Studi pengguna *e-commerce* shopee pada mahasiswa Kabupaten Sukoharjo)

Nama : Muhammad Widi Kurniawan
Nim : 1852100085
Progam Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi

Telah diperiksa dan disetujui Dosen Pembimbing untuk dipertahankan di hadapan Dewan Penguji skripsi pada Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo.

Menyetujui

Nama Lengkap

Tanggal

Tanda Tangan

Yoppi Syahrial, S.E., M.M

Pembimbing I

NIP. 19840628 201504 1 119

Salman Faris Insani, S.E., M.M

Pembimbing II

NIP.19850201 201504 1 105

Mengetahui

Ketua Jurusan Progam Studi Manajemen

Ardian Prima Putra, S.E., M.M

NIP. 19890525 201504 1 127

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK, LOYALITAS MEREK DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP NIAT PEMBELIAN KEMBALI (Studi pengguna *e-commerce* shopee pada mahasiswa Kabupaten Sukoharjo)

Nama : Muhammad Widi Kurniawan

Nim : 1852100085

Progam Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo dan diterima untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

Menyetujui

Nama Lengkap

Tanggal

Tanda Tangan

Ariyani Wahyu Wijayanti, S.E., M.M

Ketua Penguji

NIP. 19830626 201504 2 106

Yoppi Syahrial, S.E., M.M

Pembimbing I

NIP. 19840628 201504 1 119

Salman Faris Insani, S.E., M.M

Pembimbing II

NIP.19850701 201504 1 105

Disahkan oleh,
Dekan Fakultas Ekonomi

Gustita Arnawati, S.E., M.M

NIP. 19880814 201504 2 118

HALAMAN MOTO

“ Sesulitya rintangan bagimu, Allah pasti memberikan jalan bagimu”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT dan rendah hari, skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Allah SWT, yang telah memberikan berkah rahmat dan hidayah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bp Riyanto dan Ibu Mini dan dukungan dari teman terdekat yang telah mendukung perjuangan penulisan selama ini, serta atas doa-doa yang selalu di panjatkan untuk mendapatkan kemudahan dalam menegrjakan skripsi.
3. Bapak Yoppi Syahrial, S.E.,M.M, Bapak Salman Faris Insani, S.E., M.M dan Ibu Ariyani Wahyu Wijayanti, S.E., M.M yang telah membantu mengarahkan dan membimbing dalam proses pengerjaan skripsi ini.
4. Kampusku tercinta Universitas Bangun Nusantara Sukoharjo
5. Rekan-rekan yang selalu mendukung dalam proses mengerjakan skripsi ini.
6. Untuk diriku sendiri yang sudah berjuang dan bersemangat sampai di titik ini.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya serta karunia-Nya yang selalu melindungi dan membimbing penulisan sehingga dapat menyelesaikan dalam penyusunan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Loyalitas Merek dan Persepsi Kualitas Terhadap Niat Pembalian Kembali (Studi pengguna *e-commerce* shopee pada mahasiswa Kabupaten Sukoharjo)” Skripsi ini disusun untuk memenuhi serta melengkapi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo.

Penulisan menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada para pihak sekripsi ini dapat terselesaikan dengan lancar dan tepat waktu, yakni kepada:

1. Ibu Gustita Arnawati Putri, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bangun Nusantara Sukoharjo.
2. Bapak Ardian Prima Putra, S.E., M.M selaku Ketua Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo.
3. Bapak Yoppi Syahrial, S.E., M.M selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk memberi arahan, semangat dan motivasi, serta segala bimbingan selama penulisan skripsi ini.
4. Bapak Salman Faris Insani, S.E., M.M selaku pembimbing II yang telah

meluangkan waktu untuk membimbing dengan sabar dan selalu memberikan semangat selama penulisan skripsi ini.

5. Bapak dan Ibu Dosen serta segenap Karyawan pada Fakultas Ekonomi Universitas Bangun Nusantara Sukoharjo.
6. Orang tua dan Pacar, Bapak Riyanto dan Ibu Mini serta Ayun Detta Nur Kiswari yang tidak pernah lelah memberikan doa, semangat, materil serta motivasi dan dukungan.
7. Teman-teman seperjuangan Kelas B dan teman-teman angkatan 2018, serta pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namanya yang telah memberikan dukungan, semangat, serta bantuan dalam menyusun skripsi ini.

Dalam penyusunan ini, penulis menyadari bahwa masih adanya kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Penulis mengharapkan kritik serta saran dari semua pihak dan semoga apa yang penulis tulis dalam skripsi ini semoga bermanfaat.

Sukoharjo, Juli 2023

Penulis

ABSTRAK

Siapa pun yang dapat mengakses komputer atau handphone, memiliki sambungan ke internet, dan memiliki cara untuk membayar barang-barang atau jasa yang mereka beli dipastikan dapat berpartisipasi dalam *e-commerce*. Salah satu faktor yang menunjang bahwa seseorang melakukan pembelian kembali yaitu dengan mengenal kesadaran merek dari sebuah produk. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Loyalitas Merek dan Persepsi Kualitas terhadap Niat Pembelian Kembali. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Dari analisis data yang telah dilakukan dalam penelitian ini maka dapat diambil kesimpulan antara lain Kesadaran Merek berpengaruh positif terhadap Niat Pembelian Kembali, sehingga hipotesis pertama didukung. Hal ini berarti bahwa Kesadaran merek mempengaruhi niat pembelian kembali pengguna *e-commerce* shopee pada mahasiswa Kabupaten Sukoharjo. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Asosiasi merek berpengaruh positif terhadap niat pembelian kembali, sehingga hipotesis kedua didukung. Hal ini berarti bahwa Asosiasi merek mempengaruhi niat pembelian kembali pengguna *e-commerce* shopee pada mahasiswa Kabupaten Sukoharjo. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Loyalitas merek tidak berpengaruh terhadap niat pembelian kembali, sehingga hipotesis ketiga tidak didukung. Hal ini berarti Loyalitas merek tidak mempengaruhi niat pembelian kembali pengguna *e-commerce* shopee pada mahasiswa Kabupaten Sukoharjo. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Persepsi kualitas tidak berpengaruh terhadap niat pembelian kembali, sehingga hipotesis ke-empat tidak didukung. Hal ini berarti Persepsi kualitas tidak mempengaruhi niat pembelian kembali pengguna *e-commerce* shopee pada mahasiswa Kabupaten Sukoharjo

Kata kunci : *E-commerce*, Niat Pembelian, Kesadaran Merk

ABSTRACT

Anyone who can access a computer or mobile phone, has a connection to the internet, and has a way to pay for the goods or services they buy can certainly participate in e-commerce. One of the factors that support that someone makes a repurchase is to know the brand awareness of a product. The purpose of this study is to find out how brand awareness, brand association, brand loyalty and quality perception influence on buyback intent. The method used in this study is quantitative method. From the analysis of data that has been carried out in this study, conclusions can be drawn, among others, brand awareness has a positive effect on repurchase intention, the results of this study show that brand awareness has a positive effect on repurchase intention, so the first hypothesis is supported. This means that brand awareness affects the repurchase intention of shopee e-commerce users in Sukoharjo Regency students. The results of this study show that brand association has a positive effect on repurchase intent, so the second hypothesis is supported. This means that the brand association influences the repurchase intention of shopee e-commerce users on Sukoharjo Regency students. The results of this study show that brand loyalty has no effect on repurchase intent, so the third hypothesis is not supported. This means that brand loyalty does not affect the repurchase intention of shopee e-commerce users in Sukoharjo Regency students. The results of this study show that quality perception has no effect on repurchase intent, so the fourth hypothesis is not supported. This means that quality perception does not affect the repurchase intention of shopee e-commerce users in Sukoharjo Regency students

Keywords : E-commeree, Purchase Intent, Brand Awareness