

## **PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama Penyusun : Kurniawan Widyatma Adiputra

Nomor Induk Mahasiswa : C2A606061

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH FAKTOR HARGA  
PRODUK, EFEK KOMUNITAS DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP *BRAND*  
*AWARENESS* UNTUK MENINGKATKAN  
*BRAND ATITUDE***

Dosen Pembimbing : Drs. Ec. Ibnu Widiyanto, MA., Ph.D

Semarang, 11 Agustus 2011  
Dosen Pembimbing,

(Drs. Ec. Ibnu Widiyanto, MA., Ph.D)

NIP. 19620603 199001 1001

## PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Mahasiswa : Kurniawan Widyatma Adiputra

Nomor Induk Mahasiswa : C2A606061

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH FAKTOR HARGA  
PRODUK, EFEK KOMUNITAS DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP *BRAND*  
*AWARENESS* UNTUK MENINGKATKAN  
*BRAND ATITUDE***

**Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 24 Agustus 2011**

Tim Penguji

1. Drs. Ec. Ibnu Widiyanto, MA., Ph.D (.....)

2. Dr. Y. Sugiarto Ph,SU (.....)

3. Dra.Hj. Yoestini, M.Si (.....)

## **PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Kurniawan Widyatma Adiputra, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **ANALISIS PENGARUH FAKTOR HARGA PRODUK, EFEK KOMUNITAS DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP *BRAND AWARENESS* UNTUK MENINGKATKAN *BRAND ATITUDE***, adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagai tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 11 Agustus 2011

Yang membuat pernyataan,

(Kurniawan Widyatma A.)  
NIM : C2A606061

## **ABSTRACT**

*In this globalization era, business competition is very tight. It does not only apply global business. But it is also feel on business competition in Indonesia. This applies to all areas of business, including in the field of culinary business. The businessman in this area each competing to become the market leader, as is done by management Waroeng Steak & Shake Restaurant. Now, Waroeng Steak & Shake tried to create a good image for their company , so that way will create brand awareness in the minds of consumers.*

*This study has purpose to analyze the effect of product price factor, the effect of community, quality of product and brands awareness to brand attitude in Waroeng Steak & Shake Restoran. Respondents involved in this study as many as 113 people, the study used purposive sampling method's. The data collection is done by spreading the quessionaire and analysis method's are perform by multiply linier regression using SPSS software*

*From the regression test, the results showed that the variable price of the product, the effects of community and quality of products has positive and significant impact of brand awareness and that will increase the brand attitude in Waroeng Steak & Shake. Variable quality of products is the most influential variable on brand awareness*

*Keyworwd : price of product, community effect, quality product, brand awareness, and brand attitude*

## ABSTRAK

Pada era globalisasi ini, persaingan bisnis sangatlah ketat. Hal tersebut tidak hanya berlaku pada bisnis berskala global. Akan tetapi hal tersebut juga kita rasakan pada persaingan bisnis di Indonesia. Persingan tersebut berlaku pada semua bidang bisnis, termasuk di bidang bisnis kuliner. Para pebisnis dibidang ini saling berlomba-lomba untuk menjadi *market leader*, seperti halnya yang dilakukan oleh manajemen Restoran Waroeng Steak & shake. Saat ini, *Waroeng Steak & Shake* juga berusaha untuk menciptakan suatu citra yang baik bagi perusahaan mereka, sehingga dengan cara itu akan meningkatkan kesadaran merek pada benak konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor harga produk, efek komunitas, kualitas produk serta kesadaran merek terhadap *brand attitude* atau sikap terhadap merek Waroeng steak & Shake. Responden yang terlibat dalam penelitian ini sebanyak 113 orang responden, metode yang digunakan adalah *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan menyebarkan kuesioner dan metode analisis yang dilakukan dengan regresi linier berganda menggunakan software SPSS

Dari Hasil uji regresi yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa variabel harga produk, efek komunitas dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran merek dan akan meningkatkan *brand attitude* pada Restoran Waroeng Steak & Shake. Variabel kualitas produk merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap kesadaran merek

Kata kunci : harga produk, efek komunitas, kualitas produk, kesadaran merek dan sikap terhadap merek

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karuniaNya, dan yang selalu menjaga hati ini, serta kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa ajaran yang saya yakini.

Dengan terselesaikannya SKRIPSI ini, banyak bimbingan dan saran yang telah diberikan oleh berbagai pihak. Oleh karena itu ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya akan penulis berikan kepada :

1. Prof. Drs. Mohamad Nasir, M.Si.,Ak.,Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
2. Drs. Ec. Ibnu Widiyanto, MA., Ph.D, selaku dosen pembimbing atas segala arahan, saran dan bimbingannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan lancar.
3. Drs. Sugiono, MSIE, selaku dosen wali dan seluruh dosen di Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
4. Para responden yang telah berkenan meluangkan waktu untuk membantu saya dalam melakukan pengisian kuesioner , yang mana saya gunakan untuk melengkapi data untuk skripsi saya
5. Bapak Sumaryatmo dan Ibu Tatik, selaku orang tua saya yang telah membimbing dan mendidik saya sampai saya bisa menjadi orang yang berguna.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN ORISINALITAS SKRIPSI</b> .....	iv
<b>ABSTRACT</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	10
1.3 Tujuan dan Kegunaan .....	11
1.3.1 Tujuan Penulisan .....	11
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	12
1.4 Sistematika Penulisan .....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	14
2.1 Landasan Teori .....	14
2.1.1 Sikap Terhadap Merek (Brand Atitude) .....	14
2.1.2 Harga Produk .....	16
2.1.3 Efek Komunitas .....	20

2.1.4	Kualitas Produk .....	23
2.1.5	Kesadaran Merek ( <i>Brand Awareness</i> ) .....	33
2.2	Model Penelitian .....	36
2.3	Hipotesis .....	37
2.4	Dimensionalisasi Variabel .....	39
2.4.1	Variabel Harga Produk .....	39
2.4.2	Variabel Efek Komunitas .....	40
2.4.3	Variabel Kualitas Produk .....	41
2.4.4	Variabel Kesadaran Merek .....	42
2.4.5	Variabel Sikap Terhadap Merek .....	43
2.5	Definisi Konseptual Variabel .....	44
<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>46</b>
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	46
3.1.1	Variabel Penelitian .....	46
3.1.2	Definisi Operasional Variabel .....	47
3.2	Populasi dan Sampel .....	49
3.3	Jenis dan Sumber Data .....	50
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	51
3.5	Metode Analisis Data .....	52
3.5.1	Analisis Data Kualitatif .....	52
3.5.2	Analisis Data Kuantitatif .....	52
3.5.3	Uji Reliabilitas dan Uji Validitas .....	54
3.5.4	Analisis Regresi .....	55



3.5.5	Uji Asumsi Klasik .....	56
3.6	Uji Hipotesis .....	58
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>61</b>
4.1	Gambaran Umum Responden .....	61
4.1.1	Berdasarkan Umur Dan Jenis Kelamin .....	61
4.1.2	Berdasarkan Pendidikan .....	63
4.1.3	Berdasarkan status Perkawinan Dan Pekerjaan .....	63
4.2	Hasil Penelitian .....	64
4.2.1	Pengujian Instrumen .....	64
4.2.1.1	Uji Validitas .....	64
4.2.1.2	Uji Reliabilitas .....	66
4.2.2	Deskripsi variabel Penelitian .....	67
4.2.2.1	Nilai Indeks Jawaban Responden Atas Variabel Harga Produk .....	68
4.2.2.2	Nilai Indeks Jawaban Responden Atas Variabel Efek Komunitas .....	70
4.2.2.3	Nilai Indeks Jawaban Responden Atas Variabel Kualitas Produk .....	72
4.2.2.4	Nilai Indeks Jawaban Responden Atas Variabel Kesadaran Merek .....	74
4.2.2.5	Nilai Indeks Jawaban Responden Atas Variabel Sikap Terhadap Merek .....	76
4.2.3	Analisis Regresi .....	78

4.2.3.1	Model 1 .....	79
4.2.3.1.1	Uji Asumsi Klasik .....	79
4.2.3.1.2	Kelayakan Model .....	82
4.2.3.1.3	Model regresi dan Pengujian Hipotesis .....	84
4.2.3.2	Model 2 .....	86
4.2.3.2.1	Uji Asumsi Klasik .....	86
4.2.3.2.2	Kelayakan Model .....	88
4.2.3.2.3	Model Regresi dan Pengujian Hipotesis .....	90
4.3	Pembahasan .....	91
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP</b> .....	96
5.1	Kesimpulan .....	96
5.2	Saran .....	97
5.3	Keterbatasan .....	100
	<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	101
	<b>LAMPIRAN</b> .....	103