

HUBUNGAN ANTARA KESADARAN MEREK (*BRAND AWARENESS*) DENGAN MINAT BELI (*PURCHASE INTENTION*) KOSMETIK PURBASARI PADA WARGA WANITA DI RW 04, KELURAHAN KELAPA DUA WETAN, KECAMATAN CIRACAS, JAKARTA

NANDA WINDARI

8135108150



Skripsi ini Ditulis untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mendapatkan Gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA NIAGA

JURUSAN EKONOMI DAN ADMINISTRASI

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2014

***THE CORRELATION BETWEEN BRAND AWARENESS OF
PURBASARI COSMETICS WITH CUSTOMER PURCHASE
INTENTION ON THE WOMEN RESIDENTS OF RW 04
KELURAHAN KELAPA DUA WETAN, KECAMATAN CIRACAS,
JAKARTA.***

NANDA WINDARI

8135108150



***Skripsi is Written as Part Of Bachelor Degree in Education Accomplishment Of
Faculty of Economic At State University of Jakarta***

STUDY PROGRAM OF COMMERCE EDUCATION

DEPARTEMENT OF ECONOMICS AND ADMINISTRATION

FACULTY OF ECONOMIC

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2014

ABSTRAK

NANDA WINDARI. Hubungan Antara Kesadaran Merek dengan Minat Beli Kosmetik Purbasari pada Warga Wanita Di RW 04 Kelurahan Kelapa Dua Wetan, Kecamatan Ciracas, Jakarta. Skripsi, Jakarta. Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Ekonomi dan Administrasi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. 2014.

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan informasi dan pengetahuan berdasarkan data atau fakta yang tepat (sahih, benar, valid) dan dapat dipercaya (dapat diandalkan, *reliable*) tentang hubungan antara kesadaran merek (*brand awareness*) kosmetik Purbasari dengan minat beli konsumen pada warga RW 04 Kelurahan Kelapa Dua Wetan, Kecamatan Ciracas Jakarta Timur.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan korelasional. Penelitian ini dilakukan di RW 04 Kelurahan Kelapa Dua Wetan, Kecamatan Ciracas, Jakarta Timur, selama lima bulan terhitung sejak Februari 2014 sampai dengan Juni 2014. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Warga Wanita RW 04 Kelurahan Kelapa Dua Wetan, Kecamatan Ciracas, Jakarta Timur. Populasi terjangkaunya adalah warga wanita RT 08 yang berjumlah 40 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik acak sederhana sebanyak 36 orang.

Teknik analisis data dimulai dengan mencari persamaan regresi sederhana, dimana persamaan regresi yang diperoleh adalah $\hat{Y} = 48,79 + 0,49X$. Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas galat taksiran regresi Y atas X ($Y - \hat{Y}$) dengan uji liliefors diperoleh $L_{hitung} = 0,851$, sedangkan L_{tabel} untuk $n = 36$ pada taraf signifikan 0,05 adalah 0,1477. Karena $L_{hitung} < L_{tabel}$ maka galat taksiran regresi Y atas X ($Y - \hat{Y}$) berdistribusi normal. Uji linearitas regresi diperoleh $F_{hitung} < F_{tabel}$ yaitu $F_{hitung} = 1,71 < F_{tabel} = 2,22$, sehingga disimpulkan bahwa model persamaan regresi tersebut linier. Dari uji keberartian regresi diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu $F_{hitung} = 9,07 > F_{tabel} = 4,13$, artinya model persamaan regresi tersebut berarti. Koefisien korelasi *Product Moment* dari Pearson diperoleh $r_{xy} = 0,459$, maka ini berarti terdapat hubungan yang positif antara citra merek pribadi dengan minat beli. Selanjutnya dilakukan uji keberartian koefisien korelasi dengan menggunakan uji-t dan diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $t_{hitung} = 3,012 > t_{tabel} = 1,68$, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kesadaran merek dengan minat beli. Koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 21,07% yang menunjukkan bahwa 21,07% variasi minat beli ditentukan oleh citra kesadaran merek.

Hasil penelitian ini telah membuktikan adanya hubungan yang positif antara kesadaran merek kosmetik Purbasari dengan minat beli konsumen pada warga wanita RW 04 Kelurahan Kelapa Dua Wetan, Kecamatan Ciracas, Jakarta Timur.

Kata Kunci: Minat Beli, Kesadaran Merek.

ABSTRACT

NANDA WINDARI. *The Correlation between Brand Awareness of Purbasari Cosmetics with Customer Purchase Intention On The Women Residents of RW 04 Kelurahan Kelapa Dua Wetan, Kecamatan Ciracas, East Jakarta.* Thesis, Jakarta. Study Program of Commerce Education, Department of Economics and Administration, Faculty of Economics, State University of Jakarta. 2014.

The purpose of this research is to obtain valid and reliability datas or facts about the possibility correlation between brand awareness of Purbasari with customer purchase intention on the residents of RW 04 Kelurahan Kelapa Dua Wetan, Kecamatan Ciracas, East Jakarta.

The research used survey method with the correlational approach. The research was conducted at RW 04 Kelurahan Kelapa Dua Wetan, Kecamatan Ciracas, East Jakarta for five months from February 2014 until June 2014. The population in this study are women residents of RW 04 Kelurahan Kelapa Dua Wetan, Kecamatan Ciracas, East Jakarta, where the possible populations were 40 residents of RT 08. The technique which is used in gathering the sample was simple random sampling about 36 residents.

According to statistical computation, the regression equation is $\hat{Y} = 48,79 + 0,49X$. Test requirements analysis of the normality test error of estimated regression of Y on X ($Y - \hat{Y}$) to produce L_{count} liliefors test = 0,0851, while the L_{table} for $n = 36$ at 0,05 significant level is 0,1477. Because the $L_{count} < L_{table}$ then an error of estimated regression of Y on X ($Y - \hat{Y}$) is normally distributed. Testing linearity of regression produces $F_{count} < F_{table}$ is $F_{count} = 1,71 < F_{table} = 2,22$, so it was concluded that the linear equation regression. From test significance regression produces $F_{count} > F_{table}$, which is $F_{count} = 9,07 > F_{table} = 4,13$, meaning that the regression equation is significant. Product Moment correlation coefficient of Pearson generating $r_{xy} = 0,459$, it indicates there's a positive correlation between brand trust with customer loyalty. Thereafter performed the test significance correlation coefficient using the t-test and the resulting $t_{count} > t_{table}$, which is $t_{count} = 3,012 > t_{table} = 1,68$. It can be concluded that the correlation between brand awareness with customer purchase intention is significant. The coefficient of determination obtained for 21,07% which shows that 21,07% of the variation of customer purchase intention is determined by the brand awareness.

The result of this research has proved the existence of a positive and significant correlation between brand awareness of Purbasari with customer purchase intention on the women residents of RW 04 Kelurahan Kelapa Dua Wetan, Kecamatan Ciracas, East Jakarta.

Keywords: *Customer Purchase Intention, Brand Awareness.*

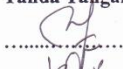
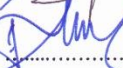
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi



Drs. Dedi Purwana ES, M.Bus

NIP. 196712071992031001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dra. Tjutju Fatimah, M.Si</u> NIP. 195311171982032001	Ketua		26/ Juni 2014
2. <u>Ryna Parlina, M.BA</u> NIP. 197701112008122003	Sekretaris		26/ Juni 2014
3. <u>Dra. Rochyati M.Pd</u> NIP. 195404031985032001	Penguji Ahli		26/ Juni 2014
4. <u>Setyo Ferry Wibowo, S.E, M.Si</u> NIP. 197206171999031001	Pembimbing I		26/ Juni 2014
5. <u>Dra. Nurahma Hajat, M.Si</u> NIP. 195310021985032001	Pembimbing II		26/ Juni 2014

Tanggal Lulus: 26 Juni 2014.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan Karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Juni 2014

Yang membuat pernyataan



Nanda Windari
8135108150

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Work is worship, such as study is worship.

The most important thing when I will do something is I should fall in love with it.

Alhamdulillah, so many thanks to my Lord Allah SWT, because of Him I could fall in love with my research and thesis.

Research is difficult, but it would be more difficult if I didn't do it or if I just postpone it.

During I did my research, I got so much love and motivation from many sides. They come from my family, best friends and people around me.

So I would like to dedicate this thesis to my beloved parents Endang Karta Suwinda and Sri Ekowati Ningsih, my sister, my brothers, my sister in law and all my best friends in Secfam and TNNR 2010. Thank you a lot for all of your love and kindness.

“Genius is one percent inspiration and ninety-nine percent perspiration”

-Thomas Alfa Edison-

“Don't waste your time, or time will waste you”

-Muse-

“Live your life with love, give love and take love”

-Me-

In my last words, don't be too serious while you do your research and thesis. Keep enjoy and fun, it's fun, very fun!

My best and warmest regard ☺

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT karena atas berkah, rahmat dan hidayah-Nya skripsi ini dapat selesai dengan baik dan tepat pada waktunya. Skripsi ini merupakan hasil dari penelitian peneliti selama satu semester dan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Dalam proses pembuatan skripsi ini, peneliti mendapatkan bimbingan, bantuan, doa, motivasi dan saran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Setyo Ferry Wibowo, S.E, M.Si., selaku Dosen Pembimbing I yang meluangkan waktunya untuk membimbing dengan penuh kesabaran, kebaikan, kelembutan hatinya, dan atas saran yang telah banyak membantu dalam penyusunan dan penulisan skripsi.
2. Dra. Nurahmah Hajat, MSi., selaku Dosen Pembimbing II yang banyak berperan dalam memberikan bimbingan, saran, masukan, dukungan, kesabaran dan semangat dalam penulisan skripsi ini.
3. Dra. Tjutju Fatimah M.Si, selaku Ketua Program Studi Pendidikan Tata Niaga.
4. Drs. Nurdin Hidayat M.M, M.Si., Ketua Jurusan Ekonomi dan Administrasi, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
5. Drs. Dedy Purwana E.S, M.Bus., selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

6. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Ekonomi dan Administrasi khususnya Program Studi Pendidikan Tata Niaga yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat bagi peneliti.
7. Kedua orang tua peneliti, Bpk. Endang Karta Suwinda dan Ibu Sri Ekowati Ningsih yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan baik secara moril maupun materil.
8. Seluruh teman-teman seperjuangan Prodi Pendidikan Tata Niaga Angkatan 2010 khususnya teman-teman Non Reguler kurang lebih selama 4 tahun ini telah menjalin kekompakan dan kebersamaannya, serta memberikan motivasi, doa dan dukungan kepada peneliti dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini.
9. Sahabat-sahabat terdekat Ine Haryani, Witri Astrini, Rachmah Esti Palupi, dan semua sahabat Secfam yang telah memberikan semangat bagi peneliti.

Semoga skripsi ini dapat berguna bagi peneliti pada khususnya dan pembaca pada umumnya. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, untuk itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna perbaikan.

Jakarta, 13 Juni 2014

Nanda Windari