

**PENGARUH *IDENTITY DESIGN, BRAND TRUST,*
BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI PADA
ROYVAN COLLECTION TUBAN**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Melengkapi Sebagian Syarat
Dalam mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1)**



Disusun oleh:

Nama : Ayu Sugiarti
Nim : 10211004
Pembimbing : Dra. Sunarsasi, MM.

**JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI KESUMA NEGARA
BLITAR
2014**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini dosen pembimbing dari

Nama : Ayu Sugiarti
N I M : 10211004
Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi :

Pengaruh *Identity Design, Brand Trust, Brand Image* Terhadap Minat Beli Pada Royyan Collection Tuban

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini telah melalui proses bimbingan sejak tanggal 20 Agustus 2013 sampai dengan 25 April 2014 dan memberikan persetujuan atas skripsi ini untuk diuji di depan dewan penguji skripsi.

Demikian persetujuan ini saya berikan sebagai syarat untuk mengikuti Ujian Komprehensif bagi mahasiswa yang tersebut di atas.

Blitar, 5 Mei 2014

Pembimbing,



Dra. Sunarsasi, MM.

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Ayu Sugiarti
N I M : 10211004
Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi :

Pengaruh *Identity Design, Brand Trust, Brand Image* Terhadap Minat Beli Pada Royyan Collection Tuban

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya.

Apabila di kemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan peraturan tata tertib di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Blitar, 5 Mei 2014



Ayu Sugiarti

ROYYAN COLLECTION PRODUK BATIK TULIS GEDOG TUBAN

Jl. Al Falah 1/2, Sumurgung Bongkol-Tuban

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Suntiah

Jabatan : Pimpinan Royyan Collection Produk Batik Tulis Gedog Tuban

Bersama ini menerangkan bahwa Mahasiswa dibawah ini:

Nama : Ayu Sugiarti

NIM : 10211004

Jurusan : Manajemen

Perguruan Tinggi : STIEKEN Blitar

Telah melakukan penelitian di Royyan Collection Produk Perusahaan batik tulis gedog tuban pada bulan Februari sampai bulan Maret 2014. Untuk keperluan penyusunan skripsi dengan judul:

“PENGARUH IDENTITY DESIGN, BRAND TRUST, BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI”

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Tuban, 01 Februari 2014

Pimpinan
Ry Royyan Collection
Jl. Al Falah Sumurgung - TUBAN
HP. 081 332 864 199
SUNTIAH

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul :

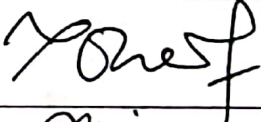


Pengaruh *Identity Design, Brand Trust, Brand Image* Terhadap Minat Beli Pada Royyan Collection Tuban

Yang disusun oleh :

Nama : Ayu Sugiarti
NIM : 10211004
Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen

Telah diuji dan dinyatakan lulus pada 10 Mei 2014

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

NO.	NAMA	KEDUDUKAN	TANDA TANGAN
1.	Iwan Setya Putra, SE., Ak.MM	Penguji I	
2.	Aris Sunandes, SE., MM.	Penguji II	
3.	Dra. Sunarsasi, MM	Penguji III	

Blitar, 10 Mei 2014

Pembimbing,



Dra. Sunarsasi, MM.



Ketua Program Studi,



Aris Sunandes, SE., MM.

ABSTRAKSI

PENGARUH *IDENTITY DESIGN*, *BRAND TRUST*, *BRAND IMAGE* TERHADAP MINAT BELI PADA ROYYAN COLLECTION TUBAN

Ayu Sugiarti – 10211004

Kata Kunci : *identity design*, *brand trust*, *brand image* dan minat beli

Kepercayaan terhadap merek adalah kemauan konsumen mempercayai merek dengan segala risikonya karena adanya harapan yang dijanjikan oleh merek dalam memberikan hasil yang positif bagi konsumen. Kepercayaan akan merek dan citra merek yang dimiliki oleh perusahaan dapat menarik minat konsumen dalam melakukan pembelian. Tujuan dari penelitian ini adalah: Untuk mengetahui pengaruh *identity design*, *brand trust*, *brand image* terhadap minat beli secara simultan; Untuk mengetahui pengaruh *identity design*, *brand trust*, *brand image* terhadap minat beli secara parsial; Untuk mengetahui variabel manakah yang paling dominan antara *identity design*, *brand trust*, *brand image* terhadap minat beli.

Hasil penelitian dengan menggunakan multiple regresi diketahui bahwa nilai ini lebih besar dari F tabel 2,76 ($16,306 > 2,71$), ini menunjukkan bahwa H_0 diterima. Artinya : Terdapat pengaruh Identity Design, Brand Trust, dan Brand Image terhadap Minat Beli secara simultan pada batik Royyan Collection. Uji hipotesis partial besarnya t hitung sebesar 2,317. Nilai ini lebih besar dari t tabel 2,000 ($2,317 > 2,000$) ini menunjukkan bahwa H_0 diterima. Artinya : Terdapat pengaruh *identity design* terhadap minat beli pada batik Royyan Collection. Uji hipotesis partial besarnya t hitung sebesar 2,131. Nilai ini lebih besar dari t tabel 2,000 ($2,131 > 2,000$) ini menunjukkan bahwa H_0 diterima. Artinya : Terdapat pengaruh *brand trust* terhadap minat beli pada batik Royyan Collection. Uji hipotesis partial besarnya t hitung sebesar 2,729. Nilai ini lebih besar dari t tabel 2,000 ($2,729 > 2,000$) ini menunjukkan bahwa H_0 diterima. Artinya : Terdapat pengaruh *brand image* terhadap minat beli pada batik Royyan Collection.

Kesimpulan pengolahan data dengan menggunakan regresi berganda, antara variabel independen dan variabel dependen. Variabel bebas pada regresi ini adalah Identity Design, Brand Trust, Brand Image dengan variabel terikatnya adalah Minat Beli. Model regresi berdasarkan hasil analisis di atas adalah :

$$Y = 2,418 + 0,219X_1 + 0,290X_2 + 0,325X_3$$

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT dan karena dengan izin serta Rihdo-Nya peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini yang berjudul : *Pengaruh Identity Design, Brand Trust, Brand Image Terhadap Minat Beli Pada Royyan Collection Tuban*. Penelitian ini dapat terselesaikan berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung ikut andil di dalamnya, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Iwan Setya Putra, SE. Ak. MM. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar.
2. Bapak Aris Sunandes, SE., M.M., selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar
3. Ibu Dra. Sunarsasi, MM. Selaku Dosen Pembimbing
4. Bapak serta Ibu Dosen yang telah membekali ilmu semasa kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar.
5. Rekan-rekan mahasiswa dan mahasiswi yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi yang tidak dapat aku sebut satu persatu.
6. Semua saudara dan teman-teman dan semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang telah memberikan tempat untuk berbagi suka dan duka hingga terselesaikannya penelitian ini.

Kesalahan dan ketidaksempurnaan adalah suatu kewajaran yang dimiliki setiap insan. Kesempurnaan hanyalah milik Allah Yang Maha Esa. Penulis menyadari bahwa laporan ini masih perlu penyempurnaan. Kritik dan saran yang

sifatnya membangun dari pembaca, sangat penulis harapkan. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Blitar, April 2014

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAKSI	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Permasalahan	3
C. Rumusan Masalah	4
D. Tujuan Penelitian	4
E. Kegunaan Penelitian	5
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Penelitian Terdahulu	6
B. Manajemen Pemasaran	9
C. Proses Dan Konsep Pemasaran.....	13
D. Merek.....	15

E. Tingkatan Pengertian Merek.....	17
F. Manfaat Merek bagi Produsen Atau Penjual	19
G. Kepercayaan Merek	23
H. Pengertian Identity Design.....	26
I. Minat Beli Konsumen.....	27
J. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli.....	29
K. Hubungan Antara Brand Trust Dan Minat Beli.....	30
L. Hubungan Antara Brand Image Dan Minat Beli	30
M. Hipotesa	31
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Definisi Operasional Variabel.....	32
B. Populasi Penelitian Dan Sampel.....	33
C. Jenis Penelitian.....	34
D. Metode Pengumpulan Data.....	35
E. Teknik Analisa Data	35
F. Waktu Dan Tempat Penelitian.....	38
BAB IV : ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN	
A. Data Perusahaan.....	39
B. Analisis Data.....	46
C. Pembahasan.....	58
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	60
B. Saran	61

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.	: Uji Validitas	47
Tabel 4.2.	: Uji Reliabilitas	48
Tabel 4.3.	: Uji Normalitas Distribusi.....	49
Tabel 4.4.	: Uji Multikolinearitas.....	50
Tabel 4.5.	: Pengujian Autokorelasi.....	52
Tabel 4.6.	: Koefisien Determinasi	53
Tabel 4.7.	: Pengujian Hipotesis Simultan.....	54
Tabel 4.8.	: Pengujian Hipotesis Partial.....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1. :	Struktur Organisasi	41
Gambar 4.2. :	Uji Heterokedastisitas	51

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Rekapitulasi
- Lampiran 3 : Output spss