



**UNIVERSITAS
PGRI ADI BUANA
SURABAYA**

PENELITIAN

**PENGARUH *BRAND AUTHENTICITY* DAN
BRAND TRUST TERHADAP *BRAND*
ATTACHMENT (STUDI PADA KONSUMEN
AMDK MEREK AQUA DI UNIVERSITAS PGRI
ADI BUANA SURABAYA)**

Alda Rizma Larasati
171500156

Dosen Pembimbing
I Made Bagus Dwiarta, S.E.,M.M

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2021

***PENGARUH BRAND AUTHENTICITY DAN BRAND TRUST
TERHADAP BRAND ATTACHMENT (STUDI PADA
KONSUMEN AMDK MEREK AQUA DI UNIVERSITAS PGRI
ADI BUANA SURABAYA)***

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

**ALDA RIZMA LARASATI
NIM : 171500156**

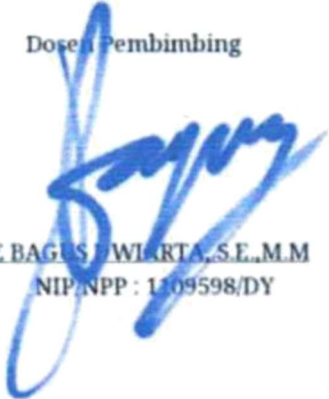
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
2021**

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui oleh Dosen Pembimbing dan layak untuk diuji:

Tanggal : 18 Juni 2021

Dosen Pembimbing



I MADE BAGUS WIARTA, S.E., M.M
NIP/NPP : 1109598/DY

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi: *Pengaruh Brand Authenticity Dan Brand Trust Terhadap Brand Attachment (Studi Pada Konsumen Amdk Merek Aqua Di Universitas Pgri Adi Buana Surabaya)*

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Nama : Alda Rizma Larasati

NIM : 171500156

Alamat email : aldarizmalarasati19@gmail.com

Surabaya , 28 Juli 2021

Dosen pembimbing I

Mengetahui
Ketua Program studi



I Made Bagus Dwiarta, S.E.M.M
NPF: 1109598/DY

I Made Bagus Dwiarta, S.E.M.M
NPF: 1109598/DY

Mengetahui
Dekan



Drs. H. Teguh Purwanto,
NIP: 19601222.199003.1001

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Skripsi ini diterima dan disetujui oleh panitia ujian skripsi program Studi Manajemen Fakultas ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adibuana Surabaya:

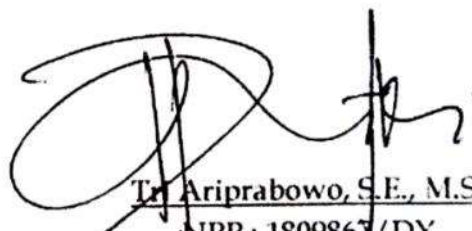
Hari : Minggu
Tanggal : 04 Juli
Tahun : 2021

Penguji I



Dr. Noerchoidah, S.E., M.M
NIDN : 0710046903

Penguji II



Tri Ariprowo, S.E., M.Si
NPP : 1809867/DY

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan kemudahan-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan proposal penelitian dengan judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Baju Muslimah (Studi Pada Konsumen Pasar Kliwon Desa Sawo Dukun Gresik) ”

Dalam penyusunan proposal penelitian ini, penulis mendapatkan banyak bantuan, dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. M. Subandowo, M.S. Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Drs. H. Teguh Purwanto, M.M. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. Bapak I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M. sebagai kaprodi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
4. Bapak I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan, bimbingan, dan koreksi selama proses penyelesaian skripsi ini.
5. Segenap Dosen Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, khususnya para Bapak/Ibu yang telah membekali ilmu pengetahuan dan wawasan kepada penulis.
6. Kepada kedua orang tua saya yang sangat cintai yang selalu memberikan motivasi, dukungan, dan doa restu kepada saya dalam penyusunan skripsi ini,
7. Dan semua rekan seperjuangan Prodi Manajemen khususnya kelas E angkatan 2017 yang selalu menemani selama 4 tahun ini,

Dalam penulisan proposal penelitian ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang sangat penulis harapkan. Akhirnya penulis

berharap semoga proposal penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Surabaya, 05 Agustus 2021

Penulis

MOTTO

“Orang yang mampu belajar dari kesalahan adalah orang yang berani untuk sukses”

Ku persembahkan karya skripsi ini kepada orang tua dan semua keluarga yang sangat saya sayangi serta teman - teman yang telah mensupport dalam menyelesaikan skripsi ini.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama: alda rizma larasati

Nim: 171500156

Program Studi: Manajemen Fakultas ekonomi dan Bisnis
Universitas PGRI Adibuana Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian (Skripsi) saya berjudul

"Pengaruh Brand Authenticity Dan Brand Trust Terhadap Brand Attachment (Studi Pada Konsumen Amdk Merek Aqua Di Universitas Pgri Adi Buana Surabaya)." yang saya usulkan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis universitas PGRI Adibuana Surabaya Tahun Akademik 2020-2021 bersifat original.

Bilamana di kemudian hari di temukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini (ditemukan unsur plagiasi), maka saya bersedia dituntut dan di peroses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Demikian pernyataan ini di buat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 05 Agustus 2021

Mahasiswa ,



Alda rizma larasati

NIM: 171500156

ABSTRACT

This investigation means to decide and dissect brand credibility and brand trust on brand connection to the water drink industry at Pgri Adi Buana College Surabaya. The example of this exploration is 100. The examining procedure utilizes non-likelihood inspecting, and embraces the inadvertent testing method, specifically the testing strategy dependent on a possibility meeting or chance with the analyst, in the event that you see somebody who ends up gathering the scientist. truly appropriate as an information source. The examination strategy utilized is a quantitative strategy, utilizing different straight relapse investigation strategies. Information investigation and test outcomes utilizing IBM SPSS Measurements 25 show that the brand genuineness variable significantly affects brand connection. Likewise, the brand trust variable significantly affects brand connection. Afterward, the aftereffects of the speculation test (F-test) can be seen that brand realness and brand trust significantly affect brand connection at the same time or together. The consequences of the t-trial of brand validness and brand trust partially affect brand connection.

Keywords: *Brand Authenticity, Brand Trust, Brand Attachment*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memutuskan dan membedah keaslian merek dan kepercayaan merek pada keterikatan merek pada industri air minum di Perguruan Tinggi Pgri Adi Buana Surabaya. Sampel penelitian ini adalah 100. Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling, dan mengadopsi teknik accidental sampling, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan pertemuan secara kebetulan atau kebetulan dengan peneliti, jika melihat seseorang yang kebetulan bertemu dengan peneliti. sangat cocok sebagai sumber data. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif, dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Analisis data dan hasil pengujian menggunakan IBM SPSS Statistics 25 menunjukkan bahwa variabel keaslian merek berpengaruh signifikan terhadap keterikatan merek. Selain itu, variabel kepercayaan merek berpengaruh signifikan terhadap keterikatan merek. Nantinya, hasil uji hipotesis (uji-F) dapat diketahui bahwa keaslian merek dan kepercayaan merek berpengaruh signifikan terhadap keterikatan merek secara bersamaan atau bersama-sama. Hasil uji-t variabel keaslian merek dan kepercayaan merek berpengaruh secara parsial terhadap keterikatan merek.

Kata kunci: *keaslian merek, kepercayaan merek, keterikatan merek.*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN

(Hard Cover Warna Kuning)

<i>HALAMAN JUDUL</i>	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
MOTTO.....	vii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TELAAH PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan teori	15

2.2.1 Pemasaran	15
2.2.2 Manajemen Pemasaran.....	16
2. 2. 3 <i>Brand</i> (Merek)	16
2.2.4 <i>Brand Authenticity</i>	19
2.2.5 <i>Brand Trust</i>	20
2.2.6 <i>Brand Attachment</i>	24
2.2.7 Hubungan Variabel	26
2.3 Kerangka Konseptual	27
2.4 Hipotesis.....	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Rancangan Penelitian	30
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel....	32
3.2.1 Populasi.....	32
3.2.2 Sampel.....	32
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	33
3.3 Jenis dan Sumber Data	33
3.3.1 Jenis Penelitian	33
3.3.2 Sumber Data.....	34
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.4.1 Prosedur Pengupulan Data.....	35
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	35
3.4.3 Lokasi dan Waktu Penelitian	36
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .	37

3.5.1 Variabel Penelitian.....	37
3.5.2 Definisi Operasional Variabel	37
3.6 Teknik Analisis Data	39
3.6.1 Pengujian Instrumen Penelitian	39
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	40
3.6.4 Analisis Regresi linear berganda.....	42
3.6.5 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	42
3.6.6 Pengujian Hipotesis.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Hasil Penelitian.....	45
4.1.1 Gambaran Umum	45
4.1.2 Penyajian Data Penelitian	54
4.1.2.1 Jadwal Penelitian.....	54
4.1.3 Analisis Data	54
4.1.3.1 Pengujian Instrumen Penelitian.....	54
4.1.3.2 Pengujian Asumsi Klasik	59
4.1.3.5 Pengujian Hipotesis	64
4.2 Pembahasan	65
4.2.1 Pengaruh <i>Brand Authenticity</i> (X1) terhadap <i>Brand Attachment</i> (Y)	65
4.2.2 Pengaruh <i>Brand Trust</i> (X2) terhadap <i>Brand Attachment</i> (Y)	66
BAB V	67
KESIMPULAN DAN SARAN	67

5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	70

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Index Kategori	4
Tabel 2. 1 penelitian terdahulu	13
Tabel 4. 1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4. 2 Data Responden Berdasarkan Usia	48
Tabel 4. 3 Data Responden Berdasarkan	49
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Brand Authenticity (X1)	50
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Brand Trust (X2)	51
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi	53
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas	55
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reabilitas variabel	57
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reabilitas variabel <i>Brand Trust</i> (X2)	57
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reabilitas variabel <i>Brand Attachment</i> (Y)	58
Tabel 4. 11 Data distribusi normal dan tidak normal	59
Tabel 4. 12 Hasil data multikorelasi	60
Tabel 4. 13 Hasil data Autokorelasi	61
Tabel 4. 14 Hasil data homokedastisitas	62
Tabel 4. 15 Hasil Nilai Unstandardized	62
Tabel 4. 16 Hasil data Koefisien Determinasi	63
Tabel 4. 17 Hasil data uji F	64
Tabel 4. 18 Hasil data uji t	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pangsa Pasar Air Dalam Kemasan	2
Gambar 2. 1 kerangka konseptual	28
Gambar 3. 1 Rancangan Penelitian	31

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Berita Acara Bimbingan Skripsi
- Lampiran 2 : Halaman Lembar Persetujuan Skripsi
- Lampiran 3 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4 : Berita Acara Seminar Proposal
- Lampiran 5 : Daftar Hadir Seminar Propoal
- Lampiran 6 : Surat Izin Penelitian
- Lampiran 7 : Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran 8 : Surat Pernyataan Bebas Plagiasi
- Lampiran 9 : Berita Acara Bimbingan Revisi Skripsi Penguji 1
- Lampiran 10 : Berita Acara Bimbingan Revisi Skripsi Penguji 2
- Lampiran 11 : Tabulasi Data
- Lampiran 12 : Tabel Frekuensi Identitas Responden
- Lampiran 13 : Tabel Frekuensi Jawaban Responden Frekuensi Jawaban Responden
- Lampiran 14 : Uji Instrumen Penelitian
- Lampiran 15 : Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 16 : Uji Analisis Regresi Linier Berganda