

SKRIPSI
PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *BRAND ASSOCIATION*, DAN *PERCEIVED QUALITY*
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* NIVEA
DI JAKARTA



DIAJUKAN OLEH:

NAMA : MUFIDAH NABILAH

NIM : 115150476

UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA
2020

SURAT PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

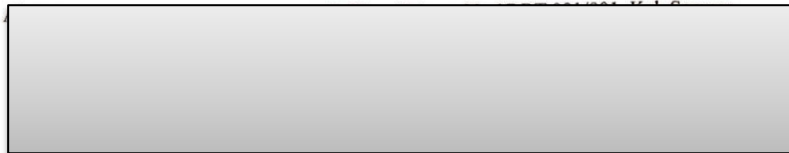


FR.FE-4.7-RO

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : MUFIDAH NABILAH
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115150476
Program Studi : S1 Manajemen



Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 13 Juli 2020



MUFIDAH NABILAH

Nama Lengkap Mahasiswa

Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : MUFIDAH NABILAH
NO. MAHASISWA : 115150476
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND
ASSOCIATION, DAN PERCEIVED QUALITY
TERHADAP PURCHASE INTENTION NIVEA DI
JAKARTA

Jakarta, 13 Juli 2020

Pembimbing,



(Drs. M Tony Nawawi M.M)

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Mufidah Nabilah

NIM : 115150476

Program Studi : S1 Manajemen

Judul Skripsi

PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND ASSOCIATION, DAN PERCEIVED QUALITY TERHADAP PURCHASE INTENTION NIVEA DI JAKARTA

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 21 Juli 2020 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua : Dr. Keni, SE., MM
2. Anggota : Drs. M. Tony Nawawi, MM.
3. Anggota : Yenny Lego, SE., MM

Jakarta, 25 Juli 2020

Pembimbing,



(Drs. M Tony Nawawi M.M)

ABSTRACT

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

(A) Mufidah Nabilah (115150476)

(B) THE EFFECT OF BRAND AWARENESS, BRAND ASSOCIATION AND PERCEIVED QUALITY ON PURCHASE INTENTION NIVEA IN JAKARTA

(C) XV+77 page; 22 table ; 3 Figure ; 3 Appendix

(D) MARKETING

(E) *This study aims to examine and analyze the influence of brand awareness, brand association, and perceived quality on purchase intentions in Jakarta. The research method used in this research is descriptive method. The object of this study Nivea users in Jakarta with a population of 146 people. The approach used in this study is the Structural Equation Model (SEM) with a SmartPLS 3.3.2 analysis tool. The results show that Brand Awareness, Brand Association, and Perceived Quality have a positive and significant effect on purchase intentions. This is evidenced from the results of hypothesis testing which shows the significance value of the independent variable.*

(F) References 57 (1974-2019)

(G) Drs. M. Tony Nawawi M.M.

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA

(A) Mufidah Nabilah (115150476)

(B) PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *BRAND ASSOCIATION*, DAN
PERCEIVED QUALITY TERHADAP *PURCHASE INTENTION* NIVEA DI
JAKARTA

(C) XV + 77 hal; 22 tabel ; 3 gambar ; 3 lampiran

(D) MANAJEMEN PEMASARAN

(E) Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis Pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Association* dan *Perceived Quality* terhadap *Purchase Intention* di Jakarta. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Objek penelitian ini adalah Pengguna Nivea di Jakarta dengan populasi 146 orang. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Model (SEM)* dengan alat analisis SmartPLS 3.3.2. Hasil penelitian menunjukkan *Brand Awareness*, *Brand Association*, dan *Perceived Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Intention*. Hal ini dibuktikan dari hasil pengujian hipotesis yang menunjukkan nilai signifikansi dari variabel bebas.

(F) Daftar bacaan 57 (1974-2019)

(G) Drs. M. Tony Nawawi M.M.