

**PERAN *BRAND AWARENESS* BERBASIS *DAYA TARIK*  
*IKLAN, PERCEIVED QUALITY* DAN *KNOWLEDGE HALAL*  
*PRODUCT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi pada Konsumen yang Membeli Makanan Siap Saji KFC di Kota  
Semarang)

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi  
Program Studi Manajemen



Disusun Oleh :

**DEWI RATNASARI**

**NIM : 30401411198**

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG  
FAKULTAS EKONOMI  
SEMARANG  
2019**

## HALAMAN PERSETUJUAN

**PERAN *BRAND AWARENESS* BERBASIS *DAYA TARIK IKLAN*,  
*PERCEIVED QUALITY* DAN *KNOWLEDGE HALAL PRODUCT* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(Studi pada Konsumen yang Membeli Makanan Siap Saji KFC di Kota Semarang)**

Disusun Oleh :

Dewi Ratnasari

N I M : 30401411198

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya  
dapat diajukan ke hadapan sidang panitia ujian Skripsi  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, Maret 2019

Dosen Pembimbing



**Dr. H. Moch Zulfa, MM**

**HALAMAN PENGESAHAN  
SKRIPSI**

**PERAN *BRAND AWARENESS* BERBASIS *DAYA TARIK IKLAN*,  
*PERCEIVED QUALITY* DAN *KNOWLEDGE HALAL PRODUCT* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi pada Konsumen yang Membeli Makanan Siap Saji KFC di Kota Semarang)

Disusun Oleh :  
DEWI RATNASARI  
Nim : 30401411198

Telah dipertahankan di depan penguji  
Pada tanggal 15 Maret 2019

**Susunan Dewan Penguji**

Pembimbing

Dr. H. Moch Zulfa, MM

Penguji I

Drs. Mulyana, MSi

Penguji II

Dr. Budhi Cahyono, SE, MSi

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
Untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Tanggal 15 Maret 2019

Ketua Program Studi Manajemen

Dr. H. Ardian Adhiatma, SE, MM

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Dewi Ratnasari  
NIM : 30401411198  
Jurusan : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi UNISSULA

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **“PERAN *BRAND AWARENESS* BERBASIS *DAYA TARIK IKLAN, PERCEIVED QUALITY* DAN *KNOWLEDGE HALAL PRODUCT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Konsumen yang Membeli Makanan Siap Saji KFC di Kota Semarang)”** dan diajukan untuk diuji pada tanggal 15 Maret 2019 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara mengambil atau meniru 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 yang saya salin itu, atau tiru yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Saya bersedia menarik skripsi yang saya ajukan, apabila terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain yang seolah-olah tulisan saya sendiri. Dan saya bersedia bila gelar dan ijazah yang diberikan oleh universitas dibatalkan.

Semarang, 15 Maret 2019

Meterai Tempel  
450D4AFF643407904  
6000  
ENAM RIBURUPIAH  
Dewi Ratnasari

## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dewi ratnasari

NIM : 30401411198

Program Studi : manajemen

Fakultas : ekonomi

Alamat Asal : Sendang dawung rt7 rw 3 kec.kangkung,kab kendal

No. HP / Email : 085740329629/dewi96558@gmail.com /

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa ~~Tugas Akhir~~/Skripsi/~~Tesis~~/~~Dicoreksi~~\* dengan judul :  
PERAN BRAND AWARENESS BERBASIS DAYA TARIK IKLAN,PERCEIVED  
QUALITY,KNWOLEDGE HALAL PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

dan menyetujuinya menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/Plagiatisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 4 april 2019

Yang menyatakan,

  
Dewi ratnasari

\*Coret yang tidak perlu

## ABSTRAKSI

Masih rendahnya persepsi konsumen terhadap kehalalan produk makanan import seperti KFC yang mayoritasnya berpenduduk muslim. Oleh karena itu perlunya upaya yang dilakukan pihak manajemen agar keputusan pembelian dapat meningkat

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan secara empiris pengaruh daya tarik iklan, *perceived quality* dan *knowledge halal product* terhadap keputusan pembelian konsumen pada restaurant makanan cepat saji KFC dengan *brand awareness* sebagai variabel intervening. Populasinya adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian restaurant makanan cepat saji Kentucky Fried Chicken di Kota Semarang. yang jumlahnya sulit diketahui dengan pasti. Menurut Cooper & Emory, bahwa untuk populasi yang tidak teridentifikasi secara pasti jumlahnya, sampel ditetapkan secara langsung sebesar 100 responden, Teknik pengambilan sampel adalah *convenience sampling*. Alat analisisnya adalah path analysis, dimana sebelumnya dilakukan uji validitas dan reliabilitas serta uji asumsi klasik.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa daya tarik iklan, *Perceived quality* dan *Knowledge halal product* terbukti mampu berperan dalam menumbuhkan kesadaran konsumen dalam melakukan pembelian. Daya tarik iklan *Perceived quality*, *Knowledge halal product* dan *Brand awareness* dari konsumen tentu akan mampu memberikan nilai bagi konsumen untuk memutuskan pembelian, *Brand awareness* mampu menjadi variabel intervening antara daya tarik iklan dengan keputusan pembelian, *Brand awareness* mampu menjadi variabel intervening antara *perceived quality* terhadap keputusan pembelian, *Brand awareness* tidak mampu menjadi variabel intervening antara *knowledge halal product* terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci :** daya tarik iklan, *perceived quality*, *knowledge halal product*, *brand awareness* dan keputusan pembelian

## **ABSTRACT**

Still low consumer perceptions of halal imported food products such as KFC, the majority of which are Muslim. Therefore the need for efforts made by management so that purchasing decisions can increase

The purpose of this study was to find out and empirically influence the attractiveness of advertising, perceived quality and halal product knowledge on consumer purchasing decisions at KFC fast food restaurants with brand awareness as an intervening variable. The population is all consumers who purchase Kentucky Fried Chicken fast food restaurants in Semarang City. whose number is difficult to know with certainty. According to Cooper & Emory, that for a population that is not clearly identified, the sample is set directly at 100 respondents. The sampling technique is convenience sampling. The analysis tool is path analysis, where previously tested the validity and reliability and classic assumption test.

The test results show that the attractiveness of advertisements, Perceived quality and halal Knowledge products are proven to be able to play a role in raising consumer awareness in making purchases. The appeal of advertising Perceived quality, halal knowledge products and brand awareness of consumers will certainly be able to provide value for consumers to decide on purchases. Brand awareness can be an intervening variable between the attractiveness of advertising and purchasing decisions. Brand awareness can be an intervening variable between perceived quality and decision purchase, Brand awareness cannot be an intervening variable between halal product knowledge and purchasing decisions.

Keywords: ad attractiveness, perceived quality, halal product knowledge, brand awareness and purchasing decisions

## HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO :

*“Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri tauladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (Rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah”*

*(Q.S. Al Ahzab ayat 21)*

*Tidak ada sesuatu yang sangat berharga dalam kehidupan ini datang dengan mudah, sesuatu yang sangat tinggi nilainya terkandung datang dengan sulit. Hanya dengan usaha keras kita akan bisa mendapatkannya”*

*Skripsi ini penulis persembahkan kepada :*

- ◆ *Orang tuaku tercinta yang selalu memotivasi dan berdoa untuk keberhasilanku*
- ◆ *Sahabat – sahabatku yang selalu memberiku semangat dan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.*
- ◆ *Almamater*



## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum wr. wb*

Segala puja dan puji syukur kehadiran Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat, taufiq serta hidayah-Nya, sehingga skripsi tentang “*PERAN BRAND AWARENESS BERBASIS DAYA TARIK IKLAN, PERCEIVED QUALITY DAN KNOWLEDGE HALAL PRODUCT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Konsumen yang Membeli Makanan Siap Saji KFC di Kota Semarang)*” dapat penulis selesaikan dengan baik.

Adapun maksud dari penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Strata 1 (S1) pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen di Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Atas berkat bantuan dari berbagai pihak yang telah berkenan untuk memberikan segala yang dibutuhkan dalam penulisan skripsi ini, perkenankanlah penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Moch Zulfa, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan saran, masukan serta arahan dalam penyusunan skripsi hingga selesai.
2. Olivia Fachrunnisa, SE, MSi, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung, yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan sebagai dasar penulisan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu tercinta yang telah banyak memberikan bantuan baik moril maupun materil sehingga menjadikan skripsi ini.

5. Semua pihak yang telah memberikan bantuannya dalam penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir.

Penulis menyadari akan kekurangsempurnaan penulisan skripsi ini. Oleh sebab itu segala kritik maupun saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan agar kelak dikemudian hari dapat menghasilkan karya yang lebih baik. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Semarang, Maret 2019

Penulis,

Dewi Ratnasari