

**PENGARUH PENGETAHUAN MEREK DAN KESADARAN MEREK  
TERHADAP MINAT BELI TIKET MASKAPAI SUPER AIR JET**

**SKRIPSI**



Ditulis oleh :

Eksakty Pinastika I. P.

201910160311153

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2023**

**PENGARUH PENGETAHUAN MEREK DAN KESADARAN MEREK  
TERHADAP MINAT BELI TIKET MASKAPAI SUPER AIR JET**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan  
Program Sarjana (S1) Manajemen



Ditulis oleh :

Eksakty Pinastika I.P

201910160311153

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2023**

**SKRIPSI**

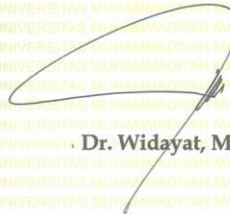
**PENGARUH PENGETAHUAN MEREK DAN KESADARAN MEREK  
TERHADAP MINAT BELI TIKET MASKAPAI SUPER AIR JET**

Oleh :

**Eksakty Pinastika Ivananta Putra**  
201910160311163

Diterima dan disetujui  
pada tanggal 28 Oktober 2023

Pembimbing I,



**Dr. Widayat, M.M.**

Pembimbing II,



**Ardik Praharjo, S.AB., M.AB.**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



**Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.**

Ketua Jurusan,



**Dr. Nurul Asfiah, M.M.**



## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

### PENGARUH PENGETAHUAN MEREK DAN KESADARAN MEREK TERHADAP MINAT BELI TIKET MASKAPAI SUPER AIR JET

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Eksakty Pinastika Ivananta Putra  
NIM : 201910160311163  
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 28 Oktober 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.  
Penguji II : Kenny Roz, S.Kom., M.M.  
Penguji III : Ardik Praharjo, S.AB., M.AB.  
Penguji IV : Dr. Widayat, M.M.

1.....  
2.....  
3.....  
4.....

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Jurusan,

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Eksakty Pinastika Ivananta Putra

NIM : 201910160311153

Program Studi : Manajemen

Surel : [saktyivananta@gmail.com](mailto:saktyivananta@gmail.com)

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik Sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan/sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar Pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpanan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undang yang berlaku.

Malang, Oktober 2023

Yang Membuat Pernyataan



Eksakty P. Ivananta P.

## **PENGARUH PENGETAHUAN MEREK DAN KESADARAN MEREK TERHADAP MINAT BELI TIKET MASKAPAI SUPER AIR JET**

Eksakty Pinastika I. P.<sup>1</sup>, Widayat<sup>2</sup>, Ardik Praharjo<sup>3</sup>  
Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Malang, Indonesia  
E-mail : [saktyivananta@gmail.com](mailto:saktyivananta@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengetahuan merek dan kesadaran merek terhadap minat beli tiket maskapai Super Air Jet. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah *followers* sosial media Instagram dan Twitter maskapai Super Air Jet dan komunitas aviasi dengan kategori usia *millennial* ke atas yaitu usia 20 tahun hingga 40 tahun dan mempunyai keinginan membeli tiket pesawat untuk perjalanan, namun belum pernah menggunakan maskapai penerbangan Super Air Jet, dan sampelnya sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis menggunakan analisis regresi linier berganda dan uji hipotesisnya menggunakan uji t dan uji F, dengan alat analisis SPSS. Hasilnya menunjukkan bahwa: (1) pengetahuan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, (2) kesadaran merek berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap minat beli, (3) pengetahuan merek dan kesadaran merek berpengaruh positif terhadap minat beli.



## **PENGARUH PENGETAHUAN MEREK DAN KESADARAN MEREK TERHADAP MINAT BELI TIKET MASKAPAI SUPER AIR JET**

Eksakty Pinastika I. P.<sup>1</sup>, Widayat<sup>2</sup>, Ardik Praharjo<sup>3</sup>  
Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Malang, Indonesia  
E-mail : [saktyivananta@gmail.com](mailto:saktyivananta@gmail.com)

### **ABSTRACT**

*The aim of this research is to determine the influence of brand knowledge and brand awareness on purchase intention for Super Air Jet airline tickets. This research uses quantitative research. The population of this research are social media followers on Instagram and Twitter of the Super Air Jet airline and the aviation community in the millennial age category and above, namely those aged 20 years to 40 years and who have the desire to buy plane tickets for travel, but have never used the Super Air Jet airline, and the sample was 100 respondents. The data collection technique uses a questionnaire. The analysis technique uses multiple linear regression analysis and hypothesis testing uses the t test and F test, with the SPSS analysis tool. The results show that: (1) brand knowledge has a positive and significant effect on purchase intention, (2) brand awareness has a positive but not significant effect on purchase intention, (3) brand knowledge and brand awareness have a positive effect on purchase intention.*

*Keywords: brand knowledge, brand awareness, purchase intention.*



## KATA PENGANTAR

Puji syukur yang teramat dalam saya haturkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Segala, atas kasih, hidayat, dan taufiq-Nya, sehingga Skripsi dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Merek dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Tiket Maskapai Super Air Jet” ini dapat terselesaikan pada waktu yang telah direncanakan. Selama proses penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya. Sebagai ungkapan syukur, dalam kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Fauzan M.Pd., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang
2. Dr. Hj, Idah Zuhroh, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang yang selalu memberikan motivasi kepada mahasiswa FEB UMM.
3. Dr. Nurul Asfiah, M.M., selaku Ketua Jurusan Manajemen yang telah memberikan pengarahan beserta petunjuk kepada mahasiswa Manajemen UMM.
4. Dr. Aniek Rumijati, M.M., selaku dosen wali manajemen C 2019 yang telah memberikan pengarahan dan memotivasi.
5. Dr. Widayat, M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan motivasi, bimbingan dan masukan dalam proses menyelesaikan skripsi ini.
6. Ardik Praharjo, S.AB., M.AB., selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan motivasi, bimbingan dan masukan dalam proses menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada kedua orang tua serta kakak saya, terima kasih atas dukungan dan doanya yang diberikan selama ini.
8. Kepada seluruh hewan peliharaan saya dan hewan ternak saya, terima kasih sudah menjadi *moodbooster* bagi saya.
9. Kepada teman-teman kuliah saya. Terima kasih sudah menemani dari awal kuliah hingga lulus kuliah, jaga kesehatan dan sampai ketemu dilain kesempatan.



10. Kepada teman kelas Manajemen C Angkatan 2019, *see you on top guys!*
11. Kepada teman-teman di Balikpapan saya, teman SMA, teman BLN, teman Regu Nyonyok. Sampai ketemu di Balikpapan
12. Kepada teman-teman di Malang saya Glenn, Fahri, Zidan. Terima kasih sudah menemani saya selama 4 tahun di Malang
13. Terima kasih untuk Kota Malang atas momen dan pengalaman baru selama kurang lebih 4 tahun, sampai ketemu dilain kesempatan lagi Malang.
14. Terima kasih untuk semua hal-hal atas peran pentingnya, kontribusinya dan partisipasinya untuk saya yang mungkin tidak bisa disebutkan satu satu, terima kasih sudah menemani masa kuliah selama di Malang. Sampai ketemu lagi.
15. *Thanks for my self for everything, for trying from this to this alone, for trying something that I can't expect before, for trying with everyone, thanks for making my own life better with a good experience, thanks for still here with lost and found, thanks for let my self happy with all I have. Remember, you'll never be this young again, so have fun! — and long story short I survive.*

Akhirnya, dengan segala keterbatasan dan kekurangannya, saya persembahkan karya tulis ini kepada siapapun yang membutuhkannya. Kritik konstruktif dan saran dari semua pihak sangat saya harapkan untuk penyempurnaan karya-karya saya selanjutnya. Terimakasih.

Malang, 25 Oktober 2023

Eksakty P. Ivananta P.

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK.....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat Penelitian .....	11
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>12</b>
A. Landasan Teori .....	14
1. Pengertian Kesadaran merek .....	14
2. Pengertian Pengetahuan merek .....	18
3. Pengertian Minat Beli .....	21
B. Penelitian Terdahulu .....	24
C. Kerangka Pikir .....	26
D. Hipotesis .....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
A. Jenis Desain Penelitian .....	29
B. Populasi dan Sampel .....	29
C. Definisi Operasional Variabel .....	31
D. Sumber Data .....	32
E. Teknik Pengumpulan Data .....	33
F. Teknik Pengukuran Data .....	33
G. Uji Instrumen .....	34

1. Uji Validitas .....	34
2. Uji Reliabilitas .....	35
H. Metode Analisis Data .....	36
1. Uji Asumsi Klasik.....	36
2. Analisis Regresi Linier Berganda .....	38
I. Uji Hipotesis .....	39
1. Uji t .....	39
2. Uji f .....	40
<b>BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
A. Uji Validitas .....	42
B. Uji Reliabilitas .....	43
C. Analisis Deskripsi Data Responden .....	44
D. Uji Asumsi Klasik .....	47
1. Uji Normalitas .....	47
2. Uji Heteroskedastisitas .....	48
3. Uji Multikolinearitas .....	48
4. Uji Autokorelasi .....	49
E. Analisis Regresi Linier Berganda .....	50
F. Uji Hipotesis .....	51
1. Uji t .....	51
2. Uji F .....	53
G. Pembahasan Hasil Penelitian .....	54
1. Pengaruh Pengetahuan Merek Terhadap Minat Beli Tiket Maskapai Super Air Jet. ....	54
2. Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Tiket Maskapai Super Air Jet. ....	55
3. Pengaruh Pengetahuan Merek dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Tiket Maskapai Super Air Jet. ....	56

<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>57</b>
A. Kesimpulan .....	57
B. Saran .....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>59</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>63</b>

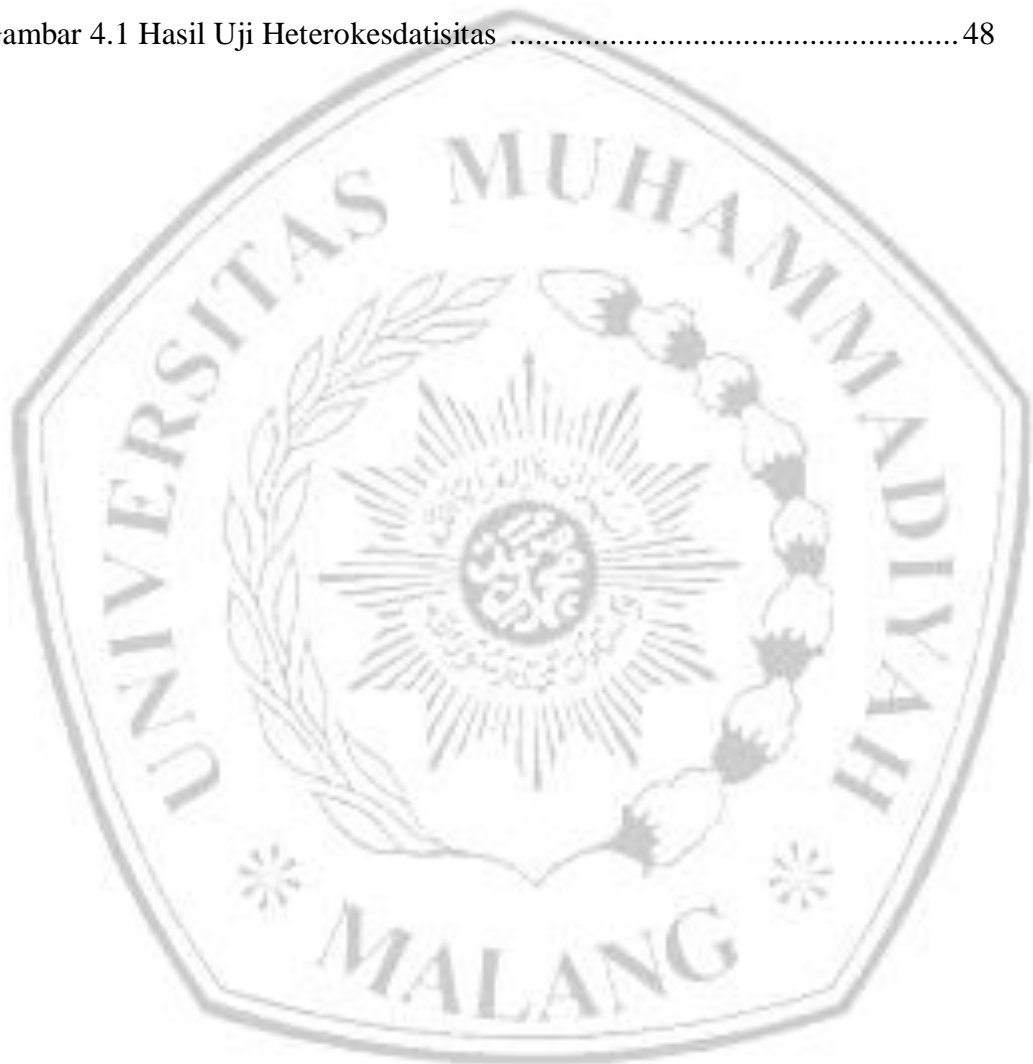


## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu .....	24
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel .....	31
Tabel 3.2 Skala likert .....	34
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas .....	42
Tabel 4.2 <i>Case Processing Summary</i> .....	43
Tabel 4.3 <i>Reliability Statistics</i> .....	44
Tabel 4.4 Pengumpulan Data .....	44
Tabel 4.5 Karakteristik Berdasarkan Usia (Tahun) .....	45
Tabel 4.6 Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Terbang .....	46
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas.....	47
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas .....	49
Tabel 4.9 Hasil Uji Autokorelasi .....	50
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	51
Tabel 4.11 Hasil Uji t .....	52
Tabel 4.12 Hasil Uji F .....	54

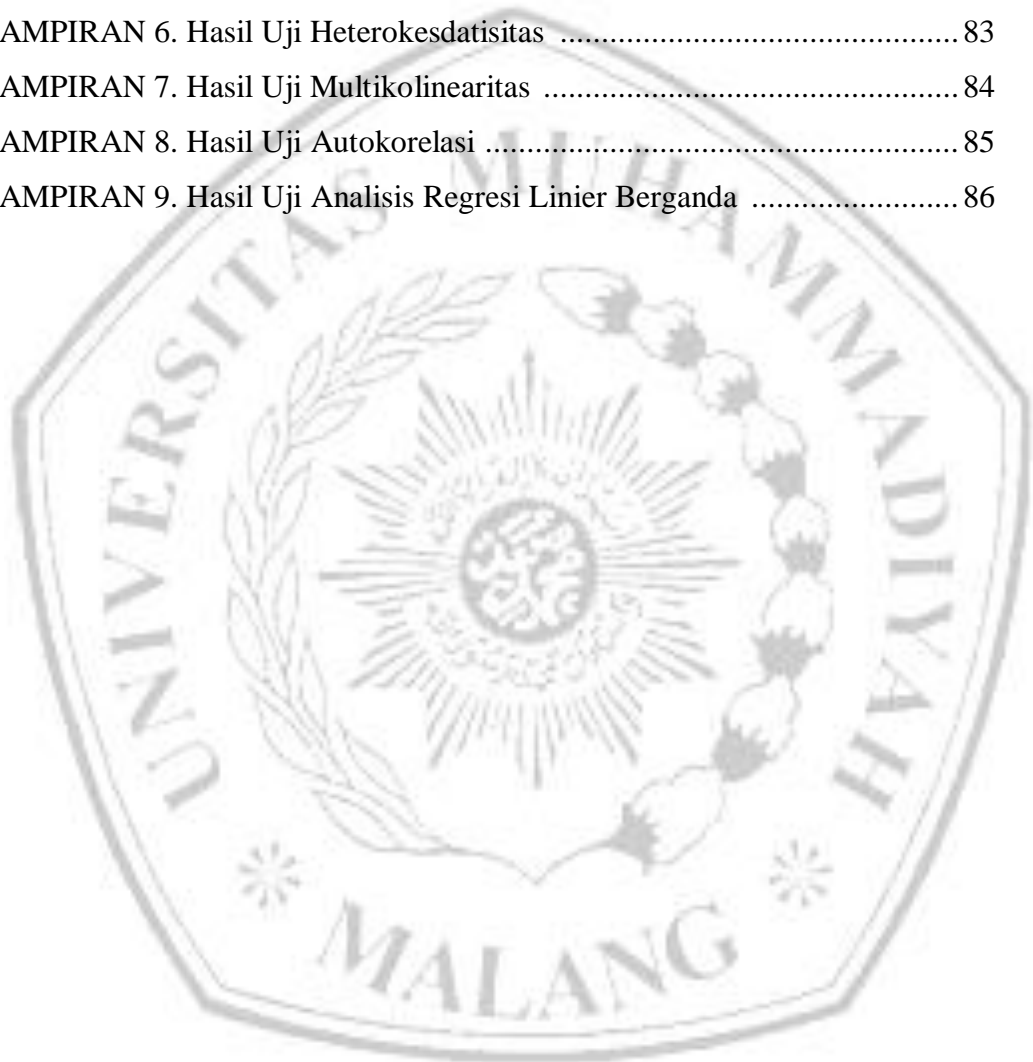
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penumpang domestik dalam juta per bulan .....	6
Gambar 2.1 Model AIDA .....	12
Gambar 2.2 Tahapan pembelian .....	13
Gambar 2.3 Piramida Kesadaran Merek .....	16
Gambar 2.4 Kerangka pikir .....	27
Gambar 4.1 Hasil Uji Heterokesdatisitas .....	48



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. Kuesioner Penelitian .....	63
LAMPIRAN 2. Data Responden .....	67
LAMPIRAN 3. Uji Validitas .....	77
LAMPIRAN 4. Hasil Uji Reliabilitas .....	81
LAMPIRAN 5. Hasil Uji Normalitas .....	82
LAMPIRAN 6. Hasil Uji Heterokedastisitas .....	83
LAMPIRAN 7. Hasil Uji Multikolinearitas .....	84
LAMPIRAN 8. Hasil Uji Autokorelasi .....	85
LAMPIRAN 9. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	86



## DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, S. (2000). *Manajemen Transportasi* (2nd ed.), Jakarta. Ghalia Indonesia.
- Agung Wasesa, S. (2011). *Political Branding & Public Relations*, Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.
- Anggraeni, E., Siska, T. &, & Tjandra, R. (2013). *Hubungan Antara Komponen Kognitif, Komponen Afektif Dan Komponen Perilaku Terhadap Sikap Konsumen Memanfaatkan Teknologi Internet*.
- Annisa, I. T., & Wijaya, A. P. (2019). *Pengaruh Keterlibatan dan Pengetahuan merek Terhadap Keputusan Pembelian Jamu Masuk Angin Kemasan. Jurnal Ilmiah Manajemen*.
- Annafik, A. F. (2012). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Yamaha*.
- Augusty Ferdinand. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*.
- Bahransyah. M. A., & Iskandar, D. A. (2018). *Pengaruh Bauran Promosi dan Kesadaran merek Terhadap Minat Beli Topi Kulit Eervoleather. Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis, 1*, 37–46.
- Bella Fidanty Shahnaz, N., & Wahyono. (2016). *Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Di Toko Online. Management Analysis Journal*. <http://maj.unnes.ac.id>
- Bian, X., & Luiz, M. (2011). *The Role of Brand Image, Product Involvement, and Knowledge in Explaining Consumer Purchase Behavior of Counterfits. European Journal of Marketing*, 45, 191–216.
- Dicky, W., Pranata, R., Agus, K., & Pramudana, S. (2018). *Peran Kesadaran Merek (Brand Awareness) Dalam Memediasi Hubungan Iklan Oppo Dengan Niat Beli Konsumen*. 7(10), 5230–5257. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i10.p2>
- Durianto, D., Sugiarto, & Lie Joko Budiman. (2004). *Brand Equity Ten: Strategi Memimpin Pasar*, Jakarta. Gramedia.
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. (2004). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.
- Dyahjatmayanti, D., & Anindia. (2018). *Strategi Maskapai Full Service Dan Maskapai Low Cost Carrier Untuk Meningkatkan Tingkat Kepadatan Penumpang*. <https://jurnal.sttkd.ac.id/index.php/jmd/article/view/13/12>
- Engel, J. F., Blackell, R. D., & Miniard, P. W. (1993). *Perilaku Konsumen* (Budijanto, 1995. Ed.; 6th ed.), Jakarta. Binarupa Aksara.



- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (5th ed.), Semarang. AGF Books.
- Fitriana, S., BSI Jakarta, A., & Nusa Mandiri Jakarta, S. (2018). Strategi Bauran Pemasaran Freeze Communication Dalam Event Pameran Kuliner Di Yogyakarta. *Jurnal Khasanah Ilmu*, 9(1).  
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/khasanah/article/view/3636/2393>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* (9th ed.), Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goi, C.-L., & Chieng, F. Y.-L. (2011). *Customer-based Brand Equity: A Study on Interrelationship Among The Brand Equity in Malaysia*.
- Hawkins, Del., & Mothersbaugh, D. L. (2010). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy* (11th ed.), New York. McGraw-Hill Irwin.
- Husein Umar. (2013). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*, Jakarta. Rajawali.
- Irvanto, & Sujana. (2020). *Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan merek, Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger*.  
<https://jurnal.ibik.ac.id/index.php/jimkes/article/view/331>
- Juliana, S., & Sihombing, S. O. (2019). *Pengaruh Penempatan Produk Dan Kesadaran Merek Terhadap Niat Membeli*. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 12(1), 19–34. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v12i1.3702>
- Kawengian, E., Jansen, F., & Rompis, S. Y. R. (2017). *Model Pemilihan Moda Transportasi Angkutan Dalam Provinsi*. *Jurnal Sipil Statik*, 5, 133–142.
- Kim, S., Ja Young, & Petrick, J. F. (2018). *The Effect of Celebrity on Brand Awareness, Perceived Quality, Brand Image, Brand Loyalty, and Destination Attachment to a Literary Festival*. 320–329.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 13, Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 3 Cetakan*, Jakarta. Rajawali.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran* (11th ed., Vol. 2), Jakarta. Prenhalindo.
- Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed., Vol. 1), Jakarta. Erlangga.
- Low, G. S., & Lamb, Ch. W. (2000). *The Measurement and Dimensionality of Brand Association*. *Journal of Product and Brand Management*, 9.
- Maulidi, R. A., Ai, D., & Yuliati, L. (2017). *Pengaruh Tingkat Kesadaran merek terhadap Minat Beli Apple iPhone*. In *ISEI Business and Management Review: Vol. I* (Issue 1). <http://jurnal.iseibandung.or.id/index.php/ibmr>

- Maunaza, A. (2012). *Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Maskapai Penerbangan Lion Air Sebagai Low Cost Carrier)*.
- Mowen, J. C., & Minor. (2012). *Perilaku Konsumen*. Erlangga.
- Nasution. (2004). *Manajemen Transportasi*. Ghalia Indonesia.
- Nulufi, K., & Murwatiningsih. (2015). *Minat Beli Sebagai Mediasi Pengaruh Brand Image dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Batik di Pekalongan, Semarang*. *Management Analysis Journal*, 129–141.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Terjemahan oleh Diah Tantri (9th ed.)*, Jakarta. Erlangga.
- Peter, & Olson. (2014). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran (9th ed.)*, Jakarta. Salemba Empat.
- Priatni, S. B. (2019). *Pengaruh Social Media Marketing terhadap Purchase Intention dengan Brand Awareness sebagai Variable Intervening pada Martha Tilaar Salon Day Spa*. <https://www.marthatilaarspa.com/>
- Rahayu Tri Astuti, S., & Manajemen, J. (2013). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Warung Makan “Bebek Gendut” Semarang)*. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 2(3), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/djom>
- Rusniati, & Rahmawati. (2019). *Green Product: Pengaruh Pengetahuan merek, Pengetahuan Pembelian dan Pengetahuan Pemakaian Terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal INTEKNA*, 19.
- Ramadhan, G. R., & Buchori, I. (2018). *Strategi Integrasi Sistem Transportasi Umum Dalam Menunjang Pariwisata Kota Yogyakarta*. *Jurnal Pengembangan Kota*, 6(1), 84. <https://doi.org/10.14710/jpk.6.1.84-95>
- Repi, O. W., Lumanaw, B., & Wenas, R. S. (2020). *The Influence Of Promotional Mix, Kesadaran merek And Perception Of Value On Buying Interest In Bukalapak In Faculty Of Economics And Business Students Of Sam Ratulangi Manado University*. *110 Jurnal EMBA*, 8(4), 110–119.
- Saleh, I. M., M, R., & Nella, M. (2011). *Hubungan Antara Pengetahuan Merek Sozzis Dengan Volume Pembelian Produk Sosis Merek Sozzis Pada PT. Carrefour Cabang MTC Karebosi, Makassar*. <http://repository.unhas.ac.id/id/eprint/21900/>

- Sanita, S., Kusniawati, A., Lestari, M. N., Ekonomi, F., & Galuh, U. (2019). *Pengaruh Product Knowledge Dan Brand Image Terhadap Purchase Intention (Penelitian pada PT. Bahana Cahaya Sejati Ciamis)*. 1(3).
- Santoso, S. B., & Guspul, A. (2022). *Analisis Pengaruh Brand Origin, Self-Image Congruence, Dan Pengetahuan merek Terhadap Minat beli Handphone Merk Xiaomi*. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 3(2).
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2004). *Perilaku Konsumen*, Jakarta. Indeks.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2009). *Perilaku Konsumen*, Jakarta. Indeks.
- Setiani, B. (2015). *Prinsip-Prinsip Pokok Pengelolaan Jasa Transportasi Udara*. *Jurnal Ilmiah WIDYA*, 103.
- Severi, E., & Kwek Choon Ling. (2013). *The Mediating Effect of Brand Association, Brand Loyalty, Brand Image and Perceived Quality on Brand Equity*. *Asian Social Science*, 9.
- Sugiharto, M. (2015). *Pengaruh Identitas Merek, Pengetahuan Merek Dan Kepercayaan Terhadap Niat Pembelian Produk Lifebuoy Sabun Mandi Antiseptik Di Surabaya*.
- <http://topbrandaward.com>
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Statistika untuk Penelitian*, Bandung. CV Alfabeta.
- Sumarwan. (2015). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya*, Bogor. Ghalia Indonesia.
- Sumarwan. (2011). *Riset Pemasaran dan Konsumen*, Bogor. IPB Press.
- Suryani Tatik. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Raja Grafindo Persada.
- Tjiptono. (2008). *Strategi Pemasaran (III)*, Yogyakarta. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta. Andi.
- Widayat. (2004). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Unit Rawat Inap VIP Rumah Sakit Umum Daerah Brebes (RSUD BREBES)*. Skripsi. UMS
- Widjaja, M. (2007). *Analisis Penilaian Konsumen Terhadap Ekuitas Merek Coffee Shops di Surabaya*. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 3, 89–101.

# PENGARUH PENGETAHUAN MEREK DAN KESADARAN MEREK TERHADAP MINAT BELI TIKET MASKAPAI SUPER AIR JET

## ORIGINALITY REPORT

9%

SIMILARITY INDEX

10%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

10%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1

[ejournal.unsrat.ac.id](http://ejournal.unsrat.ac.id)

Internet Source

3%

2

Submitted to Sriwijaya University

Student Paper

3%

3

[eprints.perbanas.ac.id](http://eprints.perbanas.ac.id)

Internet Source

2%

4

[repository.paramadina.ac.id](http://repository.paramadina.ac.id)

Internet Source

2%

Exclude quotes On

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On

