

**ANALISIS PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh :

CHOIRY ASTRI

B 100 100 243

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2014

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

ANALISIS PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

Yang ditulis oleh :

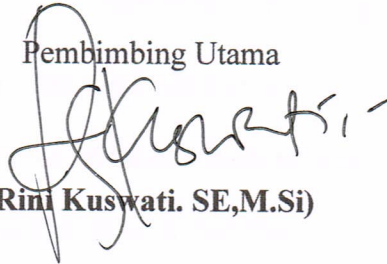
Nama : Choiry Astri

NIM : B 100 100 243

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, Februari 2014

Pembimbing Utama

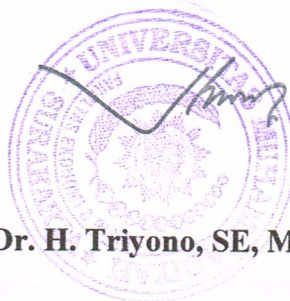


(Rini Kuswati. SE,M.Si)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. H. Triyono, SE, M.Si)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp.(0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **CHOIRY ASTRI**

NIRM : **B 100 100 040**

Jurusan : **MANAJEMEN**

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH EKUITAS MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serangkaian ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta,Februari 2014

Yang membuat pernyataan,

Choiry Astri

MOTTO

"Barang siapa bersungguh-sungguh, sesungguhnya kesungguhannya itu
adalah untuk dirinya sendiri"

(QS Al-Ankabut [29]: 6)

"Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum, sehingga
mereka mau mengubah nasib yang ada pada diri mereka sendiri".

(QS. Al Mujadalah : 11)

"Apabila di dalam diri seseorang masih ada rasa malu dan takut untuk
berbuat suatu kebaikan, maka jaminan bagi orang tersebut adalah tidak
akan bertemunya ia dengan kemajuan selangkah pun"

(Bung Karno)

"Percayalah akan dirimu, apapun pilihanmu. Yakintlah kau akan menang,
dan kau tidak akan pernah kalah".

(Jillian K. Hunt)

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati
skripsi ini penulis persembahkan
kepada :

- ❖ Allah SWT
- ❖ Keluargaku: Bapak, Ibu, dan
Kakak-kakak ku tercinta
- ❖ Teman-teman dan Sahabat-
sahabatku tersayang.
- ❖ Almamaterku Fakultas
Ekonomi dan Bisnis UMS
tercinta

KATA PENGANTAR



Assalamu ‘alaikum wr. wb.

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas berkah dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ANALISIS PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN”, sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada program studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penulis menyadari selama proses penulisan skripsi ini penulis mendapatkan banyak bantuan, dorongan, dan saran dari berbagai pihak dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini. Sehingga pada kesempatan kali ini dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Triyono, M. Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Anton Setyawan, M. Si., selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Ibu Rini Kuswati. SE, M. Si., selaku pembimbing dari skripsi ini sekaligus selaku pembimbing akademik yang telah memberikan waktunya dan dengan sabar membimbing dan memberi arahan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.

4. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa perkuliahan.
5. Bapak dan Ibu tercinta yang telah memberikan dorongan baik moril maupun materiil. Terimakasih untuk semua kerja keras dan pengorbanannya selama ini.
6. Kakak-kakakku Adillah Awal dan Baharudin Bedwi serta kakak-kakak iparku dan keponakan-keponakanku yang telah memberikan semangat untuku disetiap hari-hariku.
7. Seluruh keluarga besar dari ayah dan ibu penulis dimanapun mereka berada dengan ini penulis membuktikan bahwa penulis mampu menyelesaikan studinya. Terimakasih untuk semua dorongan baik spiritual dan material yang telah diberikan kepada penulis.
8. Semua teman-temanku di FE UMS angkatan 2010 khusus nya kepada Fitri Erna Wati, Yunita Anggrahini, Lis Setyaningsih terima kasih untuk motivasi dan sudah mau membantu maupun menemani disetiap harinya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karyanya. Semoga kita semua dapat meraih apa yang kita impikan.
9. Semua teman-temanku di Kost: Fitri Ratna Sari, Fitri Erna Wati dan Deti Pratama kebersamaan kita selama ini begitu berarti dan penuh warna, semoga kita semua sukses.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas bantuannya dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi masih banyak kekurangan, namun penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan peneliti selanjutnya. Penulis juga mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun untuk perbaikan skripsi ini.

Surakarta, Februari 2014

Penulis

CHOIRY ASTRI

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh elemen ekuitas merek, yang meliputi kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas dan loyalitas merek terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini termotivasi karena tingginya tingkat persaingan Handphone, baik merek lama maupun merek baru yang bermunculan. Mereka mulai menerapkan berbagai strategi untuk meraih pangsa pasar.

Sampel dalam penelitian ini sebanyak 110 responden. Tehnik yang digunakan dalam pengambilan responden adalah convenience sampling dan purposive random sampling. Hasil penelitian dengan uji hipotesis, uji regresi linear berganda diperoleh nilai koefisien regresi yang paling besar adalah variabel loyalitas merek, hal ini menunjukkan bahwa variabel loyalitas merek paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian handphone Samsung Android; secara parsial dan simultan diperoleh bahwa semua variabel ekuitas merek mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian handphone Samsung Android; koefisien determinasi (R^2) diperoleh bahwa variabel kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek, dan loyalitas merek memiliki kemampuan yang tinggi dalam menjelaskan variabel keputusan pembelian handphone Samsung Android.

Kata kunci: Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas, Loyalitas Merek dan Keputusan Pembelian.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
ABSTRAKSI	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Marketing Mix	9
B. Merek	10
C. Ekuitas Merek.....	12
D. Kesadaran Merek.....	14
E. Persepsi Kualitas	17

	F. Asosiasi Merek	20
	G. Loyalitas Merek.....	21
	H. Keputusan Pembelian	24
	I. Penelitian terdahulu	27
	J. Model Penelitian.....	30
	K. Hipotesis Penelitian	31
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	33
	A. Jenis Penelitian	33
	B. Populasi dan Sempel.....	33
	C. Teknik Sampling	34
	D. Definisi Operasional Variabel	34
	E. Sumber Data	36
	F. Metode Pengujian Kualitas Data	37
	1. Uji Validitas.....	37
	2. Uji Reliabilitas	38
	G. Uji Asumsi klasik	38
	1. Uji Normalitas	39
	2. Uji Multikolinearitas.....	39
	3. Uji Heteroskedastisitas	40
	H. Analisis Regresi Berganda	40
	I. Uji Kelayakan Model (Uji F)	41
	J. Uji Parsial (Uji t)	42
	K. Koefisien Determinasi (R^2)	43

BAB IV	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	44
	A. Karakteristik Responden Penelitian	44
	1. Jenis Kelamin.....	44
	2. Fakultas.....	45
	B. Deskripsi Data	46
	1. Analisis data.....	46
	a. Uji Validitas.....	46
	b. Uji Reliabilitas	
	2. Uji Asumsi Klasik.....	49
	a. Uji Normalitas	49
	b. Uji Multikolinearitas.....	50
	c. Uji Heteroskedastisitas	51
	3. Uji Hipotesis	51
	a. Uji Regresi Linear Berganda	52
	b. Uji Kelayakan Model (Uji F).....	53
	c. Uji Parsial (Uji t)	54
	d. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	55
	C. Pembahasan	56
BAB V	PENUTUP	60
	A. Kesimpulan.....	60
	B. Keterbatasan	61
	C. Saran	61

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Daftar Penjualan Smartphone	5
Tabel 1.2. Daftar Penjualan Smartphone Berdasarkan System Operasi	5
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel.....	34
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas	45
Tabel 4.3. Deskripsi Data Penelitian.....	46
Tabel 4.4. KMO and Bartlett's Test.....	47
Tabel 4.5. Hasil Pattern Matrix	48
Tabel 4.6. Hasil Uji Reliabilitas	49
Tabel 4.7. Hasil Uji Multikolinearitas	50
Tabel 4.8. Hasil Uji Heteroskedastisitas	51
Tabel 4.9. Hasil Uji Hipotesis Penelitian.....	52
Tabel 4.10. Hasil Uji Parsial (Uji t)	54

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Piramida Kesadaran Merek	15
Gambar 2.2. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	25
Gambar 2.3. Model Penelitian	31

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Data Responden
- Lampiran 3. Hasil Uji Validitas dengan CFA
- Lampiran 4. Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 5. Hasil Uji Deskriptif Responden Penelitian
- Lampiran 6. Hasil Deskriptif Data Penelitian
- Lampiran 7. Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 8. Hasil Uji Multikolinearitas
- Lampiran 9. Hasil Heteroskedastisitas
- Lampiran 10. Hasil Ujian Statistik
- Lampiran 11. Distribusi Nilai t_{tabel}
- Lampiran 12. Distribution Tabel Nilai $F_{0,05}$