

**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MINUMAN ISOTONIK MEREK MIZONE**

***THE INFLUENCE OF BRAND EQUITY ON PURCHASING DECISION A
DRINK ISOTONIC BRAND MIZONE***

SKRIPSI



**Disusun oleh:
EKO BUDI SANTOSO
20090410025**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2013**

SKRIPSI

**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MINUMAN ISOTONIK MEREK MIZONE**

**THE INFLUENCE OF BRAND EQUITY ON PURCHASING DECISION A
DRINK ISOTONIC BRAND MIZONE**



Telah disetujui dosen pembimbing skripsi:

Dosen Pembimbing

Fajarwati, SE.,M.Si.

Tanggal : 20 Juni 2013

NIK : 143054

SKRIPSI

**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MINUMAN ISOTONIK MEREK MIZONE**

**THE INFLUENCE OF BRAND EQUITY ON PURCHASING DECISION A
DRINK ISOTONIC BRAND MIZONE**

Diajukan oleh :

EKO BUDI SANTOSO

20090410025

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan didepan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

25 Juli 2013

Yang terdiri dari

Fajarwati, S.E., M.Si.

Ketua Tim Penguji

Lela Hindasah, SE., M.Si

Anggota Tim Penguji

Iskandar Bukhori, SE., SH., M.Si.

Anggota Tim Penguji

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Dr. Nano Prawoto, SE., M.Si.

NIK. 143 016

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Eko Budi Santoso

Nomor Mahasiswa : 20090410025

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : **“PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN ISOTONIK MEREK MIZONE”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 20 Juni 2013

Eko Budi Santoso

MOTTO

“.....Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.

Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain, dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap”

(Qs. Al Insyirah : 5-8)

“ Kita berdoa kalau kesusahan dan membutuhkan sesuatu,
Mestinya kita juga berdoa dalam kegembiraan besar dan saat rezeki melimpah ”

-Kahlil Gibran-

“ Jangan pernah berhenti untuk berusaha karena dengan berhenti berusaha,
maka kita tidak lebih baik dari seorang pengecut “

- Bambang Pamungkas -

” Kendalikan emosimu dan selalu bersabar dalam setiap menghadapi masalah ”

-Chocho-

PERSEMBAHAN

Sebuah karya kecil dalam hidupku, penuh pengorbanan, perjuangan, kesabaran dan momen yang tidak akan aku lupakan sepanjang hidupku, ku persembahkan untuk orang-orang tercinta.

- **ALLAH SWT**, yang telah memberikan RidhoNya dan KaruniaNya sehingga aku dapat menyelesaikan kuliahku dan membahagiakan kedua Orang tuaku.
- **ORANG TUA KU**, Bapak Setiono dan Ibu Sri Sarwati Tercinta, terima kasih atas motivasi, semangat doanya selama ini.
- **ADIKKU**, Alan Dwi Ramadhan yang selalu member motivasi.
- **KELUARGA BESARKU** yang selalu memberi doa dan semangat.
- **SPECIAL MY LOVELY**, Icha Pamularsiah terima kasih atas semua cinta, kasih sayang dan perhatian yang telah kamu berikan selama ini untukku. Dalam suka maupun duka kamu selalu menemaniku dan memberikan semangat untukku.
- **Manajemen angkatan 09 kelas A (Damas, Sandi, Agung, Mamat, Angga, Hery, Tri, April, Hasna, Aini, Tiara, Rainy, Miranda)** terima kasih atas kebersamaan selama ini.
- **Manajemen angkatan 09**, senang bisa kenal kalian bisa berbagi ilmu dan informasi semoga sukses semua.
- **Almamaterku** tercinta.

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ekuitas merek yang terdiri dari kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, dan loyalitas merek terhadap keputusan pembelian minuman isotonik merek mizone di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Fakultas Ekonomi. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Fakultas Ekonomi. Objek dalam penelitian ini adalah minuman isotonik merek mizone. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria mahasiswa yang pernah membeli minuman isotonik merek mizone minimal 1 kali. Sampel pada penelitian ini 120 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif. Analisis ini meliputi uji validitas dan uji reliabilitas, analisis regresi linier berganda, pengujian hipotesis yaitu uji F dan uji t.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa ekuitas merek yang terdiri dari kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, loyalitas merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian, kesadaran merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, asosiasi merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, persepsi kualitas berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, loyalitas merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: ekuitas merek, kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, loyalitas merek, keputusan pembelian.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of brand equity such as brand awareness, brand association, perceived quality and brand loyalty toward purchasing decisions a drink isotonic brand mizone in University Muhammadiyah Yogyakarta Faculty Economic. The subject in this study are student University Muhammadiyah Yogyakarta Faculty Economic. The tehnic to take sample by using the purposive sampling with criteria student that ever buying a drink isotonic brands mizone minimum 1 time. Sample in this study of 120 respondents. The method analyze used are quantitative analysis. This analyze include : the validity and reliability, multiple regression analysis, hypotheses testing that is F test and t test.

Based on the analysis that have been made the result are brand equity such as brand awareness, brand association, perceived quality, brand loyalty positive influence toward purchasing decisions, brand awareness positive influence toward purchasing decisions, brand association positive influence toward purchasing decisions, perceived quality positive influence toward purchasing decisions, brand loyalty positive influence toward purchasing decisions.

Keyword : brand equity, brand awareness, brand association, perceived quality, brand loyalty, purchasing decision.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN ISOTONIK MEREK MIZONE”**. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penulisan skripsi tidak akan dapat diselesaikan dengan baik tanpa adanya bimbingan, arahan, bantuan, dan dukungan dari banyak pihak, maka dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu baik langsung maupun tidak langsung, yaitu kepada:

1. Bapak Dr. Nano Prawoto, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Fajarwati, SE.,M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, saran dan kritik selama penelitian dan penyusunan skripsi.
3. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi UMY yang telah memberikan ilmu yang berharga bagi penulis dan membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Kedua orang tua tercinta, terima kasih atas perhatian, doa, dukungan, pengorbanan serta cinta dan kasih sayang beliau yang tiada terputus.
5. Adikku tersayang yang telah memberikan dukungan.
6. Para responden yang telah membantu penelitian ini dengan meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan kemajuan ilmu pengetahuan dan pembaca pada umumnya.

Yogyakarta, 20 Juni 2013

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Landasan Teori.....	8
1. Merek.....	8
2. Ekuitas Merek.....	9
3. Keputusan Pembelian.....	16
B. Hasil Penelitian Terdahulu	19
C. Hipotesis.....	20
1. Pengaruh Ekuitas Merek yang meliputi Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas, Loyalitas Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	21
2. Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	21
3. Pengaruh Asosiasi Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	22
4. Pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Keputusan Pembelian.....	23
5. Pengaruh Loyalitas Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	24
D. Model Penelitian.....	25
BAB III. Metode Penelitian.....	26
A. Obyek/Subyek Penelitian.....	26
B. Jenis Data.....	26
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	26
D. Teknik Pengumpulan Data.....	27
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	27
F. Teknik Penentuan Skala.....	30

G. Uji Kualitas Instrumen dan Data.....	31
H. Uji Hipotesis dan Analisis Data.....	32
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	35
A. Gambaran Umum Obyek/Subyek Penelitian.....	35
B. Deskripsi Responden.....	36
1. Identitas Responden.....	37
a. Jenis Kelamin.....	37
b. Program Studi.....	38
c. Uang Saku/Pendapatan.....	38
d. Angkatan.....	39
2. Tingkat <i>Brand Awarness</i>	40
a. Merek minuman isotonik paling diingat.....	41
b. Merek minuman isotonik selain yang diingat.....	42
C. Uji Kualitas Instrumen dan Data	43
1. Uji Validitas.....	43
2. Uji Reliabilitas.....	45
D. Hasil Penelitian.....	45
1. Uji Regresi.....	46
2. Uji F.....	47
4. Hasil Uji t	48
E. Pembahasan.....	50
BAB V. KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN..	54
A. Kesimpulan.....	54
B. Saran.....	55
C. Keterbatasan Penelitian.....	56

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Deskripsi Tingkat Pengembalian Kuesioner.....	36
Tabel 4.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
Tabel 4.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Program Studi	38
Tabel 4.4. Deskripsi Responden Berdasarkan Uang Saku/Pendapatan	39
Tabel 4.5. Deskripsi Responden Berdasarkan Angkatan.....	40
Tabel 4.6. Deskripsi Responden Berdasarkan Merek minuman isotonik yang paling diingat.....	41
Tabel 4.7. Deskripsi Responden Berdasarkan Merek minuman isotonik selain yang diingat.....	42
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas.....	44
Tabel 4.9. Hasil Uji Reliabilitas.....	45
Tabel 4.10. Hasil Uji Regresi.....	46
Tabel 4.11. Hasil Uji Simultan.....	48
Tabel 4.12. Hasil Uji Parsial Variabel Kesadaran Merek	48
Tabel 4.13. Hasil Uji Parsial Variabel Asosiasi Merek	49
Tabel 4.14. Hasil Uji Parsial Variabel Persepsi Kualitas.....	49
Tabel 4.15. Hasil Uji Parsial variabel Loyalitas Merek.....	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Gambar Model Penelitian.....	25
--	----