

**PENGARUH DIMENSI EKUITAS MEREK TERHADAP NIAT
BELI SMARTPHONE OPPO**

(Survei pada Mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta)

***THE INFLUENCE OF BRAND EQUITY DIMENSIONS ON THE
INTENTION TO BUY FOR OPPO SMARTPHONES***

(Survey on Students in the Special Region of Yogyakarta)

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Diusulkan Oleh :

Addina Alfath

20170410172

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH DIMENSI EKUITAS MEREK TERHADAP NIAT BELI
SMARTPHONE OPPO**

(survei pada mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta)

***THE INFLUENCE OF BRAND EQUITY DIMENSIONS ON THE
INTENTION TO BUY FOR OPPO SMARTPHONES***

(Survey on Students in the Special Region of Yogyakarta)

Diajukan oleh

Addina Alfath

20170410172

Telah disetujui oleh:

Pembimbing



Dr Siti Dyah Handayani, M.M.
NIK. 19680531199202143012

Tanggal 17 Juli 2021

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Addina Alfath

Nomor Mahasiswa : 20170410172

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : “Pengaruh Dimensi Ekuitas Merek Terhadap Niat Beli *Smartphone* Oppo (Survei pada Mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta)” 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 ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini 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 17 Juli 2021



Addina Alfath

PERSEMBAHAN

Skripsi ini ku persembahkan kepada bapak dan ibu ku sebagai orang tua yang sudah mendidik dan membesarkan diri ini dengan penuh kasih dan sayang, yang selalu memberikan do'a, motivasi dan semangat selama menempuh pendidikan hingga sampai pada saat ini menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini ku persembahkan juga kepada adik-adik ku tercinta yang selalu memberikan dukungan dan juga semangat. Dan juga teman-teman dan sahabat perjuangan yang sudah banyak membantu dan memberikan dukungan saya ucapkan banyak terima kasih.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis penatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, nikmat sehat dan segala kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan dan menyusun skripsi dengan judul “Pengaruh Dimensi Ekuitas Merek Terhadap Niat Beli Smartphone Oppo (survei pada mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta)”. Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis memperoleh banyak dukungan, motivasi dan bimbingan dari beberapa pihak. Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada :

1. Bapak Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA., GRP. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
2. Ibu Retno Widowati PA, M.Si., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan kepada mahasiswa manajemen.

3. Ibu Dr. Siti Dyah Handayani, M.M selaku Dosen Pembimbing yang dengan penuh kesabaran dalam memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak/Ibu Dosen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan dan ilmu selama masa perkuliahan yang insya Allah akan bermanfaat bagi penulis.
5. Ibu dan bapak selaku orang tua, dan adik-adik ku yang senantiasa memberikan motivasi, dukungan, dan perhatian kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini
6. Teman-teman seperjuangan yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Semua pihak yang telah memberikan dukungan dan motivasi yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu.

Demikian rasa terima kasih yang bisa penulis sampaikan. Penulis memohon maaf apabila terdapat kekurangan dan kesalahan dalam skripsi ini. Segala saran dan kritik sangat di butuhkan demi perbaikan dan pengembangan penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat menambah wawasan bagi pembaca.

Yogyakarta, 17 Juli 2021

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Addina Alfath', with a stylized flourish at the end.

Addina Alfath

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SKRIPSI	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
INTISARI	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
1. Manfaat Teoritis	8
2. Manfaat Praktis	9
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori.....	10
1. Kesadaran Merek	11
2. Persepsi Kualitas	12
3. Asosiasi Merek.....	14
4. Loyalitas Merek	17

5. Niat Beli	19
B. Tinjauan penelitian terdahulu.....	21
C. Pengembangan Hipotesis	27
BAB III.....	31
METODE PENELITIAN.....	31
A. Subjek dan Objek Penelitian	31
1. Subjek penelitian.....	31
2. Objek penelitian	31
B. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	31
C. Jenis Data	32
D. Teknik Pengumpulan Data.....	32
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	33
1. Kesadaran merek.....	33
2. Persepsi kualitas.....	34
3. Asosiasi merek	35
4. Loyalitas merek.....	36
5. Niat beli.....	37
F. Uji Kualitas Instrumen	38
1. Uji Validitas	39
2. Uji Reliabilitas	39
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data	40
1. Uji F	41
2. Uji koefisien determinasi	41
3. Uji t	42
BAB IV.....	43
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
A. Gambaran Umum Objek Penelitian dan Subjek Penelitian	43
1. Objek Penelitian.....	43
2. Subjek Penelitian	45
3. Deskripsi Responden	45
B. Uji Kualitas Instrumen	50

1. Uji Validitas	50
2. Uji Reliabilitas	51
C. Hasil Penelitian dan Analisis Data.....	52
1. Regresi Linear Berganda.....	52
2. Uji F	54
3. Koefisien Determinasi.....	54
4. Uji t	55
D. Pembahasan.....	58
BAB V	61
SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN.....	61
A. Simpulan	61
B. Keterbatasan Penelitian.....	61
C. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA.....	63
LAMPIRAN.....	65

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar Smartphone menurut Top Brand Index	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi.....	47
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Asal Wilayah.....	48
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas.....	50
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 4. 7 Hasil Regresi Linear Berganda	53
Tabel 4. 8 Hasil Uji F.....	54
Tabel 4. 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi	54
Tabel 4. 10 Hasil Uji t.....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian	30
Gambar 4. 1 Produk Smartphone Oppo	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	66
Lampiran 2 Data Tabulasi Responden	73
Lampiran 3 Data Karakteristik Responden	88
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	91
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas	99
Lampiran 6 Hasil Regresi Linear Berganda.....	102
Lampiran 7 Hasil Uji F	103
Lampiran 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	104
Lampiran 9 Hasil Uji t.....	105
Lampiran 10 Hasil Turnitin.....	106