

**EKUITAS MEREK TELEPON SELULER BERDASARKAN  
PERSPEKTIF KONSUMEN**

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen  
Universitas Muhammadiyah  
Yogyakarta



Disusun oleh :

**IRMANSYAH**  
**20040410024**

**FAKULTAS EKONOMI**  
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**  
**2009**

**SKRIPSI**  
**EKUITAS MEREK TELEPON SELULER BERDASARKAN**  
**PERSPEKTIF KONSUMEN**



Telah disetujui Dosen Pembimbing  
Pembimbing I

Hasnah Rimiyati, SE. MSi.  
NIK 143 006

Tanggal 4 Mei 2009

**SKRIPSI**  
**EKUITAS MEREK TELEPON SELULER BERDASARKAN**  
**PERSPEKTIF KONSUMEN**

Diajukan oleh

IRMANSYAH  
20040410024

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan  
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Tanggal 23 Mei 2009  
Yang terdiri dari

Hasnah Rimiati, SE, MSi.  
Ketua Tim Penguji

Drs. Asnawi Asdinardju, M.Si  
Anggota Tim Penguji

Sutrisno Wibowo, S.E, MM  
Anggota Tim Penguji

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Misbahul Anwar, S.E., M.Si.  
NIK: 143014

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya,

Nama : Irmansyah

Nomor Mahasiswa : 20040410024

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : "Ekuitas Merek Telepon Seluler Berdasarkan Perspektif Konsumen" 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.

Yogyakarta, Mei 2009

Irmansyah

## MOTTO

*Berbaktilah kepada mereka dengan penuh kerendahan diri dan ucapkanlah:*

*“Wahai Tuhanku ! Kasihanilah mereka keduanya sebagaimana keduanya memeliharaiku dengan penuh kasih sayang waktu kecilku”*  
(Qs Al Isro : 24)

*”Allah tidak akan merubah nasib suatu kaum, jika suatu kaum tidak mau merubahnya”*  
(Qs Ar Ra’du : 11)

*”Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”*  
(Qs Al Insyaraah : 5)

*”Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”*  
(Qs Al-Baqarah: 286)

## PERSEMBAHAN

*Dengan penuh rasa syukur kehadiran ALLAH SWT,  
kupersembahkan karya ini  
untuk:*

- 1. ALLAH SWT yang telah memberikan Rahmat dan Hidayahnya.*
- 2. Kedua orang tuaku yang telah mendukungku*
- 3. Adik-adikku atas doanya*
- 4. Sahabat dan teman-teman seangkatan*
- 5. Almamaterku*

## INTISARI

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Putra (2004) yang berjudul Ekuitas Merek Telepon Seluler Berdasarkan Perspektif Konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis ada tidaknya perbedaan penilaian ekuitas merek *handphone* Nokia dan Sony Ericsson berdasarkan jenis kelamin, pendapatan atau uang saku setiap bulan dan lama pemakaian. Metode pengambilan sampel menggunakan *puposive sampling*. Responden dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang menggunakan *handphone* Nokia atau Sony Ericsson yang berjumlah 152 orang. Data diperoleh melalui data primer dengan cara mengajukan kuesioner kepada responden. Analisis data yang dilakukan menggunakan uji-t (*t-test*) atau *Independent-Samples T-Test* dan uji ANOVA (*Oneway ANOVA*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan penilaian ekuitas merek antara *handphone* Nokia dan Sony Ericsson, serta tidak ada perbedaan penilaian ekuitas merek *handphone* Nokia dan Sony Ericsson berdasarkan perspektif konsumen yang terdiri dari jenis kelamin, pendapatan atau uang saku setiap bulan dan lama pemakaian dilihat dari nilai rata-rata dan taraf signifikansinya.

Kata kunci: ekuitas merek, perspektif konsumen

## **ABSTRACT**

*This research is replication from Putra (2004) research with the title is The Brand Equity of Cellular Telephone Based on Consumer Perspective. This research having a purpose to analyzing what have appraisal difference of handphone Nokia and Sony Ericsson's brand equity. The sample collected using purposive sampling method. Responder in this research is University of Muhammadiyah Yogyakarta students who using handphone Nokia and Sony Ericsson which collected approximately to 152 people. Data obtained through primary data by sharing questionnaire to responder. Analyze data conducting by using t-test or Independent-Samples T-Test and ANOVA test (Oneway ANOVA).*

*Result of this research showing that there no difference appraisal of brand equity between Nokia and Sony Ericsson handphone's and there no difference brand equity appraisal of handphone Nokia and Sony Ericsson based on Consumer Perspective which consist of gender, earning every month and period of usage seen from mean value and level of significant .*

*Key words: brand equity, perspective consumer*



## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya kepada kami sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Ekuitas Merek Telepon Seluler Berdasarkan Perspektif Konsumen”.

Tugas akhir ini merupakan salah satu prasyarat yang harus dipenuhi oleh mahasiswa dalam memperoleh gelar Sarjana dari Fakultas Ekonomi Strata 1 (S-1) pada Jurusan Manajemen, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini dari persiapan sampai terselesainya, tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang dengan segala keterbukaan dan kerelaan hati telah memberikan bimbingan, pengarahan, keterangan dan dorongan semangat yang begitu berarti. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Hasnah Rimiyati, SE. MSi., selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat dan dorongan sampai terselesainya penyusunan skripsi ini.
2. Sri Handari Wahyuningsih, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Misbahul Anwar, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Kakak-kakakku yang telah bersedia membantu serta memberikan semangat sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak, Ibu yang tak henti-hentinya mencurahkan kasih dan sayang serta memberikan doa dan dorongan baik moril maupun materiil selama kuliah sampai terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak demi kebaikan dan kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata, besar harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Yogyakarta, Mei 2009

Penulis

Irmansyah

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
INTISARI.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I    PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian .....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II    TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Pengertian Merek .....	6
B. Ekuitas Merek.....	10
C. Dimensi/Elemen Ekuitas Merek.....	12
D. Hasil Penelitian Terdahulu .....	14
E. Hipotesis Penelitian.....	16
BAB III    METODE PENELITIAN .....	18
A. Obyek dan Subyek Penelitian.....	18
B. Jenis Data .....	18
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	18
D. Teknik Pengumpulan Data .....	19
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	19
F. Uji Kualitas Instrumen .....	23
1. Uji Validitas .....	23
2. Uji Reliabilitas.....	23
G. Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	24
BAB IV    HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	26
A. Gambaran Umum Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY).....	26
B. Uji Kualitas Instrumen .....	32

	1. Uji Validitas .....	32
	2. Uji Reliabilitas.....	34
	C. Analisis Karakteristik Responden .....	35
	D. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis).....	38
	1. Uji Beda Variabel Antara Merek <i>Handphone</i> dan Analisis Ekuitas Merek .....	38
	2. Hasil Analisis Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
	3. Hasil Analisis Berdasarkan Uang Aku Per Bulan .....	43
	4. Hasil Analisis Berdasarkan Lama Kepemilikan.....	47
	E. Pembahasan .....	50
BAB V	PENUTUP .....	55
	A. Kesimpulan.....	55
	B. Saran.....	55
	C. Keterbatasan Penelitian .....	56
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas.....	33
Tabel 4.2. Hasil Uji Reliabilitas .....	34
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	35
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan <i>Handphone</i> yang Dimiliki .	36
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku Per Bulan.....	37
Tabel 4.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Kepemilikan <i>Handphone</i> .....	37
Tabel 4.7 Hasil Analisis Ekuitas Merek <i>Handphone</i> Nokia dan Sony Ericsson.....	39
Tabel 4.8 Hasil Uji Beda Berdasarkan Jenis Kelamin .....	40
Tabel 4.9 Hasil Uji Beda Berdasarkan Uang Saku per Bulan.....	43
Tabel 4.10 Hasil Uji Kruskal Wallis .....	45
Tabel 4.11. Hasil Uji Kruskal Wallis .....	46
Tabel 4.12 Hasil Uji Beda Berdasarkan Lama Kepemilikan .....	47