

**ANALISIS PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada *Notebook* Merek Acer)**

*The Analysis of Brand Equity Influence to Purchasing Decision
(Study at Acer's Notebook Brand)*

SKRIPSI

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



Disusun oleh:

**ROSSA PRAHMADANI
20060410041**

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2011**

**ANALISIS PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada *Notebook* Merek Acer)**

*The Analysis of Brand Equity Influence to Purchasing Decision
(Study at Acer's Notebook Brand)*

SKRIPSI

Diajukan oleh:

**ROSSA PRAHMADANI
20060410041**



Telah disetujui Dosen Pembimbing
Pembimbing I

Sutrisno Wibowo, S.E. M.M.
NIK 143 030

Tanggal 21 Maret 2012

**ANALISIS PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada *Notebook* Merek Acer)**

*The Analysis of Brand Equity Influence to Purchasing Decision
(Study at Acer's Notebook Brand)*

SKRIPSI

Diajukan oleh

ROSSA PRAHMADANI
20060410041

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal 21 Maret 2012
Yang terdiri dari

Drs. H. Wihandaru Sotya Pamungkas, M.Si.
Ketua Tim Penguji

Ika Nurul Qamari, S.E., M.Si.
Anggota Tim Penguji

Rita Kusumawati, S.E., M.Si.
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Dr. Nano Prawoto, S.E., M.Si.
NIK: 143 016

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Rossa Prahmadani

Nomor Mahasiswa : 20060410041

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : “ Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada *Notebook* Merek Acer)” 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, Januari 2012

Rossa Prahmadani

MOTTO

Tunjukkanlah kami jalan yang lurus (yaitu) orang-orang yang engkau berikan anugrah nikmat kepada mereka, bukan (jalan) mereka yang dimurkai dan bukan pula jalan mereka yang sesat. (Q.S AL- Fatihah: 6-7)

Berbaktilah kepada mereka dengan penuh kerendahan hati dan ucapkanlah:

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

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

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

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

PERSEMBAHAN

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

- 1. ALLAH SWT yang telah memberikan Rahmat dan Hidayahnya.*
- 2. Kedua orang tuaku yang telah mendukungku*
- 3. Kakakku yang tersayang, Arindra yang selalu membimbing & Mendukungku*
- 4. Sahabatku Eming Afiatna yang selalu mendukungku dan menemaniku saat ujian skripsi*
- 5. Buat Some One yang selalu menyemangati & Medukungku, buat si Aa' "OPHENX" "yang pernah sedeket-deketnya dan sejauh-jauhnya".....*
- 6. Almamaterku*

THANKS TO:



Ifti Muftahuliyana



Jambrong



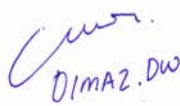
amar chairuddin



RATNA KUSWANDARU



eming Afiatna



DIMAZ.DW



Riscang Hairi



BRAHMA A.M.



Deddy

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ekuitas merek yang meliputi kesadaran merek, kesan kualitas, asosiasi merek dan loyalitas merek terhadap keputusan pembelian. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang menggunakan *notebook* Acer minimal selama 3 bulan yang berjumlah 100 orang. Data diperoleh melalui data primer dengan cara mengajukan kuesioner kepada responden. Analisis data yang dilakukan menggunakan analisis regresi berganda, uji hipotesis serentak (uji F), uji hipotesis parsial (uji t) dan koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel kesadaran merek, kesan kualitas, asosiasi merek dan loyalitas merek, baik secara simultan maupun parsial terhadap keputusan pembelian. Sedangkan, variabel yang paling signifikan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan adalah variabel kesadaran merek.

Kata kunci : Kesadaran merek, kesan kualitas, asosiasi merek, loyalitas merek dan keputusan pembelian

ABSTRACT

This research having a purpose to know influence of brand equity which consist of brand awareness, perceived quality, brand association, and brand loyalty to purchasing decision. The sample collected using purposive sampling method. Responder in this research is customer who which ever having Acer's notebook minimize three months amounting to 100 people. Data obtained through primary data by sharing questionnaire to responder. Analyze data conducting by using double analysis regression, the hypothesis simultaneously test (F-test), the hypothesis partial test (t-test) and coefficient determinacy (R^2).

Result of this research according double regression analysis indicates that there are influence are positive and significant between brand awareness, perceived quality, brand association, and brand loyalty to purchasing decision variable simultaneously and partially. Variable which have significantly affected to purchasing decision is brand awareness variable.

Keywords: *Brand awareness, perceived quality, brand association, brand loyalty and purchasing decision*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya kepada saya sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada *Notebook* Merek Acer)”.

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. Sutrisno Wibowo, S.E. M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat dan dorongan sampai terselesainya penyusunan skripsi ini.
2. Dr. Retno Widowati Purnama Asri, M.Si., selaku Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Dr. Nano Prawoto, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. 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.

5. Sahabat-sahabatku, atas semua bantuan doa dan supportnya serta semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak mungkin disebutkan satu persatu.

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, April 2012

Penulis

Rossa Prahmadani

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|-----------------------------------------------------|---------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING..... | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN | iv |
| HALAMAN MOTTO | v |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | vi |
| THANKS TO | vii |
| INTISARI..... | viii |
| ABSTRACT..... | ix |
| KATA PENGANTAR | x |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR TABEL..... | xiv |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Batasan Masalah..... | 4 |
| C. Rumusan Masalah | 5 |
| D. Tujuan Penelitian..... | 6 |
| E. Manfaat Penelitian..... | 6 |
| | |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 8 |
| A. Ekuitas Merek..... | 8 |
| B. Elemen-Elemen Ekuitas Merek..... | 10 |
| 1. Kesadaran Merek..... | 10 |
| 2. Kesan Kualitas..... | 12 |
| 3. Asosiasi Merek | 14 |
| 4. Loyalitas Merek..... | 18 |
| C. Keputusan Pembelian | 23 |
| D. Penelitian Terdahulu..... | 26 |
| E. Kerangka Pemikiran dan Penurunan Hipotesis..... | 27 |
| | |
| BAB III METODE PENELITIAN | 32 |
| A. Obyek dan Subyek Penelitian..... | 32 |
| B. Jenis Data | 32 |
| C. Populasi Penelitian | 32 |
| D. Sampel Penelitian | 32 |
| E. Teknik Pengambilan Sampel..... | 34 |
| F. Teknik Pengumpulan Data | 34 |
| G. Variabel dan Definisi Operasional Variabel | 35 |

| | | |
|----------------|-----------------------------------------------|----|
| | H. Uji Instrumen Penelitian..... | 40 |
| | 1. Uji Validitas | 40 |
| | 2. Uji Reliabilitas..... | 41 |
| | I. Alat Analisis Data | 42 |
| | 1. Analisis Regresi Berganda | 42 |
| | 2. Pengujian Hipotesis..... | 42 |
| | a. Uji F..... | 43 |
| | b. Uji t..... | 44 |
| | 3. Koefisien Determinasi..... | 45 |
| BAB IV | HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 46 |
| | A. Gambaran Umum Subyek Penelitian | 46 |
| | B. Analisis Karakteristik Responden | 47 |
| | C. Uji Instrumen Penelitian..... | 49 |
| | 1. Uji Validitas | 50 |
| | 2. Uji Reliabilitas..... | 51 |
| | D. Analisis Data | 52 |
| | 1. Analisis Regresi Berganda..... | 52 |
| | 2. Pengujian Hipotesis | 55 |
| | a. Uji F (Uji Serentak)..... | 55 |
| | b. Uji t (Uji Parsial)..... | 56 |
| | 3. Koefisien Determinasi (R^2)..... | 58 |
| | E. Pembahasan..... | 59 |
| BAB V | KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN | 66 |
| | A. Kesimpulan..... | 66 |
| | B. Saran..... | 66 |
| | C. Keterbatasan Penelitian | 69 |
| DAFTAR PUSTAKA | | |
| LAMPIRAN | | |

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|------------------------------------------------------------------------|---------|
| Tabel 1.1. <i>Top Brand Index (TBI) Notebook</i> Tahun 2009 | 3 |
| Tabel 4.1. Tingkat Pengembalian Kuesioner | 46 |
| Tabel 4.2. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 47 |
| Tabel 4.3. Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia | 48 |
| Tabel 4.4. Klasifikasi Responden Berdasarkan Uang Saku Per Bulan | 48 |
| Tabel 4.5. Klasifikasi Responden Berdasarkan Lama Kepemilikan | 49 |
| Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas | 50 |
| Tabel 4.7. Hasil Uji Reliabilitas | 52 |
| Tabel 4.8. Estimasi Regresi Berganda..... | 53 |
| Tabel 4.9. Hasil Uji F | 55 |
| Tabel 4.10. Hasil Uji t | 56 |
| Tabel 4.11. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)..... | 58 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|-----------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Gambar 2.1. Piramida “ <i>Brand Awareness</i> ” | 10 |
| Gambar 2.2. Piramida Loyalitas Merek yang belum memiliki <i>Brand Equity</i> Kuat | 22 |
| Gambar 2.3. Piramida Loyalitas Merek yang memiliki <i>Brand Equity</i> Kuat..... | 23 |
| Gambar 2.4. Tahap-Tahap Proses Pembelian | 24 |
| Gambar 2.5. Kerangka Pemikiran..... | 31 |