

**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN HANDPHONE SISTEM OPERASI ANDROID**

(Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)

***THE INFLUENCE OF BRAND EQUITY DECISION FOR PURCHASE
ANDROID MOBILE OPERATING SYSTEM***

(A Study Case on Students of University Muhammadiyah Yogyakarta)

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Fakultas Ekonomi Progam Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta

Disusun oleh :

**REY REMANTRI HARDI HR
20110410058**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2015

SKRIPSI

**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN HANDPHONE SISTEM OPERASI ANDROID**

(Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)

***THE INFLUENCE OF BRAND EQUITY DECISION FOR PURCHASE
ANDROID MOBILE OPERATING SYSTEM***

(A Study Case on Students of University Muhammadiyah Yogyakarta)



Diajukan Oleh

**REY REMANTRI HARDIHR
20110410058**

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pembimbing

Misbahul Anwar, S.E., M.Si.

Tanggal, 4 Juni 2015

NIK :19670916199202143014

SKRIPSI

**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN HANDPHONE SISTEM OPERASI ANDROID**

(Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)

***THE INFLUENCE OF BRAND EQUITY DECISION FOR PURCHASE
ANDROID MOBILE OPERATING SYSTEM***

(A Study Case on Students of University Muhammadiyah Yogyakarta)

Diajukan oleh

**REY REMANTRI HARDI HR
20110410058**

Skripsi ini Telah Dipertahankan dan Disahkan di Depan Dewan Penguji Progam
Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Tanggal, 28 Oktober 2015

Yang Terdiri dari

Misbahul Anwar, SE.,M.Si

Ketua Tim Penguji

Isthofaina Astuti, SE.,M.Si

Anggota Tim Penguji

Rini Juni Astuti, SE.,M.Si

Anggota Tim Penguji

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Dr Nano Prawoto, SE, MSi

NIK: 19660604199202 143 016

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Rey Remantri Hardi HR

Nomor Mahasiswa : 20110410058

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE SISTEM OPERASI ANDROID (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah 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 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, 4 Juni 2015

Rey Remantri Hardi H

MOTTO

- ❖ *Sesungguhnya setelah kesulitan itu ada kemudahan.
(Q.S. Al-Insyirah: 6)*
- ❖ *If everything has been setting by Allah, so why worry?
(Indra Rama Chandra)*
- ❖ *Education is not the learning offacts, but the training of
the mind to think. (Albert Einstein)*
- ❖ *Lebih baik menyalakan lilin daripada mengutuk
kegelapan. (Bobby Kool, Superman Is Dead)*
- ❖ *Musuh kita bukan suku dan agama yang berbeda tetapi
kekuasaan. (Adian Napitupulu)*

Persembahan

Alhamdulillah penulis bisa menyelesaikan penelitian ini

Penelitian ini saya persembahkan untuk :

- ❖ Kedua orang tua tercinta Bapak Drs. HAirudin Y. Rentas S.E dan Ibu Hermawati yang selalu memberikan motivasi dan doanya.*
- ❖ Kedua kakak yang selalu memberikan motivasi Helvony Mahrina HR , S.E., M.M Aolan Okalaya HR, S.E*
- ❖ Dina Diyan Ratri Putu Taruna yang selalu memberikan motivasi .*
- ❖ Sahabat-sahabat seperjuangan Manajemen UMY 2009,2010,2011 dan terutama keluarga Manajemen B UMY 2011.*

INTISARI

Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian handphone merek android dengan obyek penelitian Mahasiswa UMY pada tahun 2014 baik secara simultan mau pun parsial dengan menggunakan variabel independen kesadaran merek, kesan kualitas, asosiasi merek, loyalitas merek dan variabel dependen keputusan pembelian.

Hasil dari penelitian ini adalah secara simultan kesadaran merek, kesan kualitas, asosiasi merek, loyalitas merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara parsial kesadaran merek, kesan kualitas, asosiasi merek, loyalitas merek juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

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

ABSTACK

This study aims to examine the influence of brand equity on purchase decisions android mobile phone brand with the object of research students in 2014 UMY both simultaneously would also partially by using the independent variable of brand awareness, image quality, brand association, brand loyalty and purchase decisions dependent variable.

Results from this study is the simultaneous awareness of brand, image quality, brand association, brand loyalty and significant positive effect on purchasing decisions. Partially brand awareness, image quality, brand association, brand loyalty is also positive and significant impact on purchasing decisions.

Keywords: brand awareness, image quality, brand association, brand loyalty, purchase decisions.

KATA PENGANTAR

Assalammu'alaikum Wr.Wb.

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul: “Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Sistem Operasi Android”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan informasi yang dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan konsumen.

Penulis menyadari bahwa tanpa adanya motivasi dan bantuan dari berbagai pihak, penulisan dan penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil. Oleh karena itu, kesempatan kali ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Bapak Dr. Nano Prawoto, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Retno Widowati PA,M.Si.,PhD selaku Kepala Prodi Manajemen.

4. Bapak Misbahul Anwar, S.E.,M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian skripsi ini.
5. Ibu Rita Kusumawati, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang membimbing penulis selama ini.
7. Ayah, Ibu, kakak serta keluarga besarku yang selalu memberikan dorongan motivasi dan perhatian kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan studi.
8. Sahabat dan teman-teman serta semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan semangat kepada penulis.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi yang saya ajukan ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu saran dan kritik yang membangun sangat saya harapkan dan semoga hasil penelitian yang telah saya sajikan dalam bentuk skripsi ini bermanfaat bagi pihak-pihak yang memerlukan. Terimakasih

Wassalammu'alaikum Wr.Wb.

Yogyakarta, 28 Oktober 2015

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
INTISARI.....	xii
ABSTRAK	xiii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori.....	8
1. Pengertian Pemasaran	8
2. Merek	9
3. Ekuitas Merek	10
a. Pengertian Ekuitas Merek	10
b. Atribut Ekuitas Merek.....	11
c. Nilai Ekuitas Merek	15
4. Perilaku Konsumen	16
a. Pengertian Perilaku Konsumen	16
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	17
5. Pengambilan Keputusan Pembelian	22
a. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	22
b. Jenis-jenis Pengambilan Keputusan Pembelian	26
B. Penelitian Terdahulu	27
C. Landasan Teori.....	29
D. Hipotesis.....	30

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	36
B. Objek Penelitian	37
C. Populasi dan Sampel	37
D. Teknik Pengambilan Sampel.....	38
E. Jenis Data	39

F. Teknik Pengumpulan Data.....	39
G. Definisi Operasional Variabel.....	39
H. Pengukuran Variabel.....	41
I. Uji Instrumen Penelitian	43
1. Uji Validitas	43
2. Uji Reliabilitas	44
J. Metode dan Teknik Analisis Data.....	45
1. Analisa Deskriptif	45
a. Karakteristik Responden	45
b. Diskripsi Variabel Penelitian	45
2. Analisa Kuantitatif	46
a. Analisis Regresi Linier Berganda	46
b. Uji t	47
K. Jadwal Penelitian.....	48
L. Sistematika Penulisan	49

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	51
B. Uji Instrumen	51
C. Uji Validitas	52
D. Uji Reliabilitas	53
E. Deskriptif Responden.....	54
1. Deskriptif Profil Responden.....	55

2. Deskriptif Persepsi Konsumen Tentang Variabel dan Atirbut-atribut Penelitian	59
F. Analisis Pengaruh <i>Brand Equity</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	65
1. Hasil Regresi Linier Berganda.....	66
2. Interpretasi Persamaan Regresi	67
3. Uji F (Uji Serentak)	68
4. Uji T (Uji Parsial)	69
5. Interpretasi Koefisien Korelasi Berganda	73
6. Interpretasi Koefisien Determinasi	73
7. Variabel yang Berpengaruh Dominan.....	74
G. Pembahasan Hasil Penelitian	74

BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	78
B. Keterbatasan Penelitian.....	79
C. Saran.....	79

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

1.1	Top Six Smartphone Mobile Systems, Shipments, and Market Share, Q3 2012 (Preliminary) (Units in Millions)	3
2.1	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	18
3.1	Definisi Operasional Variabel.....	40
3.2	Jadwal Waktu Penelitian	49
4.1	Hasil Uji Validitas.....	52
4.2	Hasil Pengujian Reliabilitas	54
4.3	Jenis Kelamin Responden	55
4.4	Usia Responden.....	56
4.5	Uang Saku Responden	56
4.6	Lama Menggunakan.....	57
4.7	Merek Handphone Android.....	58
4.8	Kesadaran Merek	60
4.9	Kesan Kualitas	61
4.10	Assosiasi Merek	62
4.11	Loyalitas Merek	63
4.12	Keputusan Pembelian.....	64
4.13	Estimasi Regresi Linier Berganda.....	66

DAFTAR GAMBAR

2.1 Atribut Ekuitas Merek.....	15
2.2 Proses Keputusan Pembelian	22