

**PENGARUH *BRAND EQUITY* DAN DISPLAY PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN TIDAK TERENCANA PRODUK PAKAIAN**

(Studi Kasus Pada Produk Pakaian Merek *The Executive* Yogyakarta)

***THE INFLUENCE OF BRAND EQUITY AND DISPLAY PRODUCT ON
IMPULSE BUYING FASHION PRODUCT***

(Study Case on Brand Fashion Product The Executive Yogyakarta)

SKRIPSI

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



Diajukan Oleh

MUHAMMAD BURHANUDIN ANWAR

20120410045

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2019

SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND EQUITY* DAN DISPLAY PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN TIDAK TERENCANA PRODUK PAKAIAN
(Studi Kasus Pada Produk Pakaian Merek *The Executive* Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF BRAND EQUITY AND DISPLAY PRODUCT ON
IMPULSE BUYING FASHION PRODUCT
(Study Case on Brand Fashion Product The Executive Yogyakarta)***

HALAMAN PENGESAHAN

Diajukan Oleh:

MUHAMMAD BURHANUDIN ANWAR

20120410045

Telah disetujui oleh :

Pembimbing,



Retno Witlowati PA., M.Si., Ph.D

Tanggal 29 Mei 2019

NIK. 196304071991032001

SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND EQUITY* DAN DISPLAY PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN TIDAK TERENCANA PRODUK PAKAIAN
(Studi Kasus Pada Produk Pakaian Merek *The Executive* Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF BRAND EQUITY AND DISPLAY PRODUCT ON
IMPULSE BUYING FASHION PRODUCT
(Study Case on Brand Fashion Product The Executive Yogyakarta)***

Diajukan Oleh

MUHAMMAD BURHANUDIN ANWAR

20120410045

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

Tanggal 28 Juni 2019

Yang terdiri dari

Dr. Indah Fatmawati, S.E., M.Si

Ketua Tim Penguji


Dr. Susanto, MS


Anggota Tim Penguji


Sutrisno Wibowo, SE., MM

Anggota Tim Penguji

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta


Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA
NIDN.1973.281999904.143.068

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Muhammad Burhanudin Anwar

Nomor Mahasiswa : 20120410045

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: "**PENGARUH *BRAND EQUITY* DAN *DISPLAY* PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIDAK TERENCANA STUDI KASUS PADA MEREK *THE EXECUTIVE* DI 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 dalam skripsi ini ternyata diketahui terdapat karya atau pendapat orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.



Muhammad Burhanudin Anwar

MOTTO

QS Al Mujadalah Ayat 11

Wahai orang-orang yang beriman. Apabila dikatakan kepadamu, "Berilah kelapangan di dalam majelis, maka lapangkanlah, niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan berdirilah kamu, maka berdirilah, niscaya Allah akan mengangkat derajat orang-orang yang beriman diantara kamu dan orang-orang yang berilmu beberapa derajat.

Barangsiapa menempuh jalan menuntut ilmu, maka Allah akan mempermudah jalan baginya menuju surga.

(Hadits Riwayat Tirmidzi)

Barang siapa menghendaki dunia, maka haruslah dengan ilmu. Barangsiapa menghendaki akhirat, maka haruslah dengan ilmu. Dan barangsiapa menghendaki keduanya, maka haruslah dengan ilmu juga.

(Imam Syafi'i)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah, saya mengucapkan terimakasih dan karya tulis ini saya persembahkan kepada pihak yang berpengaruh dalam perjalanan hidup saya.

1. Teruntuk kedua orang tua saya Ibu Minarsih dan Bapak Marjiyono, serta keluarga yang senantiasa memberikan do'a, dorongan, perhatian dan membantu penulis hingga dapat menyelesaikan studi.
2. Teruntuk rekan-rekan keluarga alumni HIMAMA, yang telah memberikan motivasi, bimbingan dan pengalaman berorganisasi yang membuat penulis menjadi pribadi yang lebih baik.
3. Teruntuk rekan-rekan keluarga Namira Tour yang telah menjadi keluarga kedua saya selama menempuh pendidikan di Jogja. Terimakasih atas motivasi, nasihat, dukungannya yang telah diberikan.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah yang maha Esa telah memberikan rahmat, karunia serta kemudahan dalam penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh *Brand Equity* dan Display Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tidak Terencana”. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat bermanfaat bagi banyak kalangan, bagi perusahaan, peneliti selanjutnya, mahasiswa dan lainnya.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Dr. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak, CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang memberikan arahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Ibu Retno Widowati, M.Si., Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan dosen pembimbing dengan penuh kesabaran serta penuh keikhlasan yang memberikan masukan dan bimbingan.
3. Seluruh dosen dan staff Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta atas ilmu yang diberikan.

4. Semua pihak yang telah memberi dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir skripsi ini

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penelitian skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk pendalaman karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, 29 Mei 2019

Muhammad Burhanudin Anwar

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iii
<u>HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI</u>	iv
PERNYATAAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
INTISARI	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II	6
TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Kerangka Teori	6
1. <i>Brand Equity</i>	6
2. Display Produk.....	14
3. Keputusan Pembelian Tidak Terencana (impulse buying).....	18
B. Penelitian Terdahulu dan Penurunan Hipotesis	22
C. Model Penelitian	25
METODE PENELITIAN.....	26
A. Objek dan Subjek Penelitian	26
B. Jenis Data	26

C. Teknik Pengambilan Sampel	27
D. Teknik Pengumpulan Data	27
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	28
F. Pengujian Kualitas Instrumen.....	31
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data	32
BAB IV	37
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
A. Gambaran Umum Subjek/Objek Penelitian.....	37
1. Profil Singkat <i>The Executive</i> PT. Delami Garments Indonesia.....	37
2. Karakteristik Responden dan Subjek Penelitian	38
B. Uji Kualitas Instrumen	40
1. Uji Validitas	40
2. Uji Reliabilitas	42
C. Hasil Penelitian	43
1. Analisis Deskriptif.....	43
2. Regresi Linear Berganda.....	44
D. Pembahasan.....	47
BAB V	50
SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN/IMPLIKASI PENELITIAN	50
A. Simpulan	50
B. Keterbatasan Penelitian	50
C. Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	52

DAFTAR TABEL

Tabel 3 1 Definisi Operasional Variabel.....	29
Tabel 4. 1 Profil Demografi Respponden	38
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Equity (X1).....	40
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Display Produk (X2)	41
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian Tidak Terencana (Y)	41
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas	42
Tabel 4. 6 Hasil Analisis Deskriptif	43
Tabel 4. 7 Hasil R Square	44
Tabel 4. 9 Hasil Uji Statistik f.....	45
Tabel 4. 8 Hasil Uji Statistik t.....	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian.....	20
----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	51
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas.....	54
Lampiran 3 Hasil Uji Reliabilitas.....	58
Lampiran 4 Statistik Deskriptif.....	59
Lampiran 5 Regresi Linear Berganda.....	61