

**ANALISIS PENGARUH ELEMEN EKUITAS MEREK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK HANDPHONE  
MEREK SAMSUNG DI YOGYAKARTA**

*ANALYSIS OF ELEMENTS OF BUYING DECISIONS BRAND EQUITY ON  
CONSUMER PRODUCTS BRAND SAMSUNG PHONE IN YOGYAKARTA*

SKRIPSI

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



Oleh

**RAFIU AWALUDIN**

**20110410009**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2016**

**SKRIPSI**

**ANALISIS PENGARUH ELEMEN EKUITAS MEREK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK HANDPHONE  
MEREK SAMSUNG DI YOGYAKARTA**

**ANALYSIS OF ELEMENTS OF BUYING DECISIONS BRAND EQUITY  
ON CONSUMER PRODUCTS BRAND SAMSUNG PHONE IN  
YOGYAKARTA**

Diajukan oleh

**RAFIU AWALUDIN**

**20110410009**



Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pembimbing

INDAH FATMAWATI, SE. MSi  
NIK : 195907061986011001

Tanggal 31 Agustus 2016

**ANALISIS PENGARUH ELEMEN EKUITAS MEREK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK HANDPHONE  
MEREK SAMSUNG DI YOGYAKARTA**

*ANALYSIS OF ELEMENTS OF BUYING DECISIONS BRAND EQUITY ON  
CONSUMER PRODUCTS BRAND SAMSUNG PHONE IN YOGYAKARTA*

**Diajukan oleh :**

**RAFIU AWALUDIN**

**20110410009**

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan didepan dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

**Tanggal 29 Oktober 2016**

**Yang terdiri dari**

**Ketua Tim Penguji**

**Indah Fatmawati, Dr., M.Si**

**Anggota Tim Penguji**

**Anggota Tim Penguji**

**Misbahul Anwar, SE., M.Si**

**Sutrisno Wibowo, SE., MM**

**Mengetahui**

**Dekan Fakultas Ekonomi**

**Dr. Nano Prawoto, S.E., M.Si.**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Rafiu Awaludin

Nomor Mahasiswa : 20110410009

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul **“ANALISIS PENGARUH ELEMEN EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK HANDPHONE MEREK SAMSUNG 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 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, 31 Agustus 2016

Rafiu Awaludin

## **MOTTO**

**“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.**

**Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan),  
kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain,  
dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap”**

**(QS.Al Insyirah: 5-8)**

**“If he can do it, so can I”**

**(Rafiu Awaludin)**

**“Pendidikan merupakan senjata paling ampuh yang bisa kamu gunakan untuk  
merubah dunia”**

**(Nelson Mandela)**

**“Biarkan saja mereka tertawa! Kalau tidak pernah berjuang sampai akhir, kita  
tidak akan pernah melihatnya walau ada di depan mata”**

**(Marshall D Teach)**

**“Anda tidak bisa mengubah orang lain, Anda harus menjadi perubahan yang  
Anda harapkan dari orang lain”**

**(Mahatma Gandhi)**

**“I never dreamed about success. I worked for it”**

**(Estee Lauder)**

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini kupersembahkan....

Untuk kedua orang tuaku tercinta,  
Ayahku tercinta Rustamaji dan Ibuku tercinta Suwarni, yang selalu  
mengarahkan, memberikan motivasi dan mendoakanku setiap saat

Dan juga adikku tersayang Ahmad Bashori,  
yang selalu menyemangatiku setiap waktu

Sebentar lagi, anak yang bandel dan merepotkan ini  
akan memasuki era hidup yang baru,

hidup penuh perjuangan untuk meraih kebanggaan

Selanjutnya, skripsi ini kupersembahkan untuk teman-temanku  
yang selalu menemani dan mendukungku

## **TERIMA KASIH UNTUK**

- ALLAH SWT yang Maha Pengampun lagi Maha Penyayang. Tanpa rahmat dan kuasa-Mu aku tidak akan mampu menjalani semua ini. Terima kasih atas semua rahmat dan kasih sayang yang telah Kau berikan padaku. Berilah aku petunjuk-Mu agar aku selalu berada di jalan lurus-Mu.
- Kedua orang tuaku, yang selalu berusaha untuk menjadikan diriku orang yang lebih baik. Semoga kalian diberi umur yang panjang dan kesehatan , agar mampu melihat saat anak yang bandel ini tumbuh menjadi orang yang sukses dan membanggakan.
- Adikku, yang selalu mendukungku. Semoga dirimu cepat lulus dan cepat menyusulku.
- Teman-teman semua yang selalu membantu dan mendukungku. Semoga kita semua tumbuh menjadi orang-orang yang sukses. Saling menguatkan dan tetap menjaga tali silaturahmi.
- Kepada dosen pembimbing saya ibu Indah Fatmawati, SE., M.Si. Terima kasih atas bimbingannya selama ini.
- Semua responden penelitianku yang telah meluangkan waktu. Tanpa kalian skripsi ini tidak akan pernah ada.
- Terima kasih kepada semua orang dan semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah membantu saya.

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian handphone Merek Samsung di Yogyakarta. Subyek dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang menggunakan telepon genggam bermerek Samsung. Sampel penelitian berjumlah 100 responden. Metode dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling sebagai teknik pengambilan sampel dan teknik pengumpulan datanya menggunakan kuesioner. Data diolah dengan regresi linier berganda menggunakan *software* SPSS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ekuitas merek yang terdiri dari variabel kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek dan loyalitas merek berpengaruh positif (searah) dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kesadaran merek juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, persepsi kualitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, asosiasi merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan loyalitas merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Ekuitas Merek, Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, Loyalitas Merek dan Keputusan Pembelian



## **ABSTRACT**

*This study aimed to analyze the Influence Buying Decision Against Brand Equity Brand Samsung mobile phones in Yogyakarta. Subjects in this study were students Muhammadiyah University of Yogyakarta who use mobile phones branded Samsung. These samples included 100 respondents. The method in this study using purposive sampling as sampling and data collection techniques using a questionnaire. Data processed by multiple linear regression using SPSS software.*

*These results indicate that brand equity consists of variables brand awareness, perceived quality, brand association and brand loyalty positive effect (unidirectional) and significant impact on the purchase decision. Brand awareness is also a significant influence on purchasing decisions, perceived quality significantly influence purchase decisions, brand associations significantly influence purchase decisions and brand loyalty significantly influence purchasing decisions.*

*Keywords: Brand Equity, Brand Awareness, Perceived Quality, Brand Association, Brand Loyalty and Purchase Decision.*

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberi kemudahan, karunia dan rahmat kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam tetap tercurah pada junjungan kita nabi besar Muhammad SAW dan para sahabat beliau.

Skripsi dengan judul **“ANALISIS PENGARUH ELEMEN EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK HANDPHONE MEREK SAMSUNG DI YOGYAKARTA”** disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Retno Widowati P.A.,M.Si.,Sh. Selaku ketua Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Indah Fatmawati SE.,M.Si. Selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan peneliti dari awal hingga terselesaikannya skripsi ini.
3. Ayah, ibu dan keluarga besar yang telah memberikan dukungan, bantuan, doa, kemudahan, dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir skripsi ini.
4. Tim penguji yang telah memberikan saran, kritik dan evaluasi demi kesempurnaan skripsi ini
5. Teman-teman Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, terima kasih atas kebersamaan kita selama ini.
6. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terima kasih atas partisipasi dan dukungannya hingga terselesaikannya skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan dan melimpahkan rahmat-Nya kepada kita semua.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, penulis terbuka atas segala saran dan kritik yang bersifat koreksi dan membangun dari semua pihak.

Yogyakarta, 31 Agustus 2016

Rafiu Awaludin

## DAFTAR ISI

### BAB I PENDAHULUAN

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
INTISARI .....	viii
ABSTRAK .....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xviii

### BAB I LATAR BELAKANG MASALAH DAN RUMUSAN MASALAH

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	6
1. Tujuan Penelitian .....	6
2. Kegunaan Penelitian .....	7

## BAB II LANDASAN TEORI, PENELITIAN SEBELUMNYA DAN MODEL PENELITIAN

A. Landasan Teori.....	8
1. Keputusan Pembelian .....	8
2. Merek.....	9
3. Ekuitas merek ( <i>brand equity</i> ).....	9
4. Kesadaran Merek ( <i>Brand Awareness</i> ) dan Hubungannya dengan Keputusan PembelianKonsumen.....	11
5. Persepsi Kualitas ( <i>Perceived Quality</i> ) Merek dan Hubungannya dengan Keputusan Pembelian Konsumen .....	12
6. Asosiasi Merek ( <i>Brand Association</i> ) Merek dan Hubungannya dengan Keputusan Pembelian Konsumen .....	13
7. Loyalitas Merek ( <i>Brand Loyalty</i> ) Merek dan Hubungannya dengan Keputusan Pembelian Konsumen .....	15
B. Penelitian Sebelumnya.....	16
C. Model Penelitian.....	17

## BAB III METODE PENELITIAN

A. Obyek dan Subyek Penelitian .....	19
B. Teknik Pengambilan Sampel.....	19
C. Jenis Data .....	20
D. Teknik Pengumpulan Data.....	20

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	21
1. Variabel Dependen .....	21
1.1. Kesadaran Merek ( <i>Brand Awareness</i> ) .....	21
1.2. Persepsi Kualitas ( <i>Perceived Quality</i> ) .....	21
1.3. Asosiasi Merek ( <i>Brand Association</i> ) .....	21
1.4. Loyalitas Merek ( <i>Brand Loyalty</i> ) .....	22
Variabel Independen .....	22
F. Indikator Variabel .....	23
G. Metode Analisis .....	24
1. Validitas dan Reliabilitas.....	25
2. Analisis Regresi Linier Berganda .....	26
a. Uji F .....	27
b. Uji T .....	28
c. Uji koefisien Determinasi .....	28

#### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Obyek Penelitian .....	29
B. Hasil Pengumpulan Data.....	31
C. Profil Responden Responden .....	31
D. Uji Kualitas Instrumen.....	32
1. Uji Validitas .....	32
2. Uji Reliabilitas .....	33
E. Uji Hipotesis dan Analisis Data.....	34
1. Uji Signifikansi Simultan (uji Statistik F) .....	35

2. Uji Signifikansi Parsial (uji Statistik T) .....	35
3. Uji Signifikansi Parsial (uji Statistik T) .....	37
F. Pembahasan .....	37

## BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan .....	40
B. Keterbatasan .....	40
C. Saran .....	41

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 3.1 Indikator Variabel .....	24
Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....	32
Tabel 4.2 Uji Validitas Variabel Penelitian .....	33
Tabel 4.3 Uji Reliabilitas .....	34
Tabel 4.4 Uji Regresi .....	35



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian.....	17
----------------------------------	----

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Tabulasi Data Karakteristik Responden

Lampiran 3. Tabulasi Data Kuesioner Tiap Variabel

Lampiran 4. Uji Validitas Dan Reliabilitas Variabel

Lampiran 5. Tabulasi Uji Statistik Deskriptif