

ANALISIS PENGARUH ELEMEN EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP ACER

(Studi Empiris pada Mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Madiun)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana Strata 1



Disusun Oleh:

Nama : DEBY SUSANTIS *mem 0328*

NIM : 51408004



Nomor Induk	<i>119</i>
Tanggal Terima	<i>14 Feb 2013</i>
BELI	<i>Manajemen</i>
HADIAH	
No. Kede Buku	<i>2013 Man Sus O</i>
Copy ke	
Selesai oleh	<i>14 Feb 2013</i>

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA MADIUN

2013

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul

ANALISIS PENGARUH ELEMEN EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP ACER

(Studi Empiris Pada Mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Madiun)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

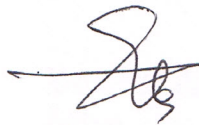
DEBY SUSANTI SUDARSONO

Telah disetujui dan diterima baik oleh pembimbing skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Widya Mandala Madiun, guna melengkapi sebagian tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen.

Madiun, 14 Januari 2013

Disetujui dan diterima baik oleh

Pembimbing I



Dra. Dyah Kurniawati., M.Si

Pembimbing II



Carolina Yulia Tri P., SE

Mengetahui,

Dekan

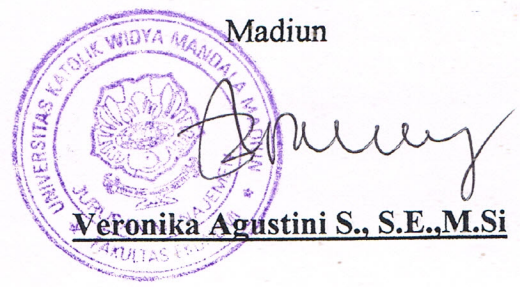
Ketua Jurusan Manajemen

Fakultas Ekonomi Unika Widya Mandala

Fakultas Ekonomi Unika Widya Mandala

Madiun

Veronika Agustini S., S.E., M.Si

Madiun

Veronika Agustini S., S.E., M.Si

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi berjudul

ANALISIS PENGARUH ELEMEN EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP ACER

(Studi Empiris Pada Mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Madiun)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

DEBY SUSANTI SUDARSONO

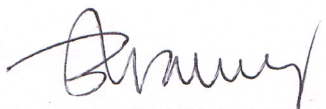
Telah disetujui dan diterima baik oleh dosen penguji skripsi Fakultas Ekonomi
Universitas Widya Mandala Madiun, guna melengkapi sebagian tugas dan
memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh Sarjana Ekonomi Program Studi
Manajemen.

Madiun, 14 Januari 2013

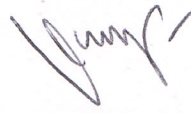
Disetujui dan diterima baik oleh

Tim Penguji Skripsi

1. Veronika Agustini S., S.E., M.Si
Ketua

()

2. Vivi Ariyani., S.E., M.Sc
Anggota

()

3. Dra. Dyah Kurniawati., M.Si
Anggota

()

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul: **Analisis Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer** (Studi Empiris pada Mahasiswa Universitas Widya Mandala Madiun) adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi tersebut tidak terdapat secara keseluruhan atau sebagian tulisan orang yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau symbol yang menunjukkan gagasan orang lain yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan atau gagasan saya tanpa memberikan pengakuan kepada penulis asli.

Bila saya melakukan hal tersebut di atas baik sengaja ataupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi saya dengan gelar kesarjanaan serta ijazah yang diberikan Universitas batal saya terima.

Madiun, 11 Januari 2013

Deby Susanti Sudarsono

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

Small Minds discuss people, Average Minds discuss event, Great

Minds discuss ideas. (Eleanor Roosevelt)

Action is the foundation key to all success. (Pablo Ruiz Picasso)

Penulis persembahan kepada:

- ❖ Ayah dan Ibuku
- ❖ Almamaterku

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh ketatnya persaingan di industri *personal computer* (laptop) yang semakin kompetitif. Tujuan dari penelitian ini untuk menguji pengaruh dari elemen-elemen ekuitas merek yang terdiri dari kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek, dan loyalitas merek terhadap keputusan pembelian laptop Acer.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Madiun yang menggunakan laptop merek Acer dengan jumlah sampel sebanyak 100 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*.

Dari hasil penelitian menunjukkan kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek, dan loyalitas merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian secara parsial maupun simultan.

Dengan demikian, sebaiknya perusahaan produsen terus membuat konsumen mengingat merek Acer, terus meningkatkan kinerja laptop Acer, terus meng-*update* desain atau rancangan yang lebih menarik, memperhatikan dalam hal memberikan harga yang bersaing dengan merek lainnya dengan kualitas yang ditawarkan sama, terus mempertahankan kualitas produk Acer, menciptakan produk yang semakin inovatif serta menjalin hubungan jangka panjang yang baik dengan konsumen maupun pelanggan. Sehingga dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian laptop Acer.

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

KATA PENGANTAR

Penulis panjatkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas karunia dan berkat yang telah dilimpahkan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian persyaratan-persyaratan guna memperoleh derajat sarjana S-1 Ekonomi Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Madiun.

Penulis menyadari bahwa baik dalam penulisan hingga penyelesaian skripsi ini, penulis banyak mendapatkan dukungan, arahan serta bimbingan dari banyak pihak. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berjasa membantu dalam penyusunan skripsi ini, khususnya kepada:

1. Allah SWT atas karunia-Nya yang melimpah.
2. Ibu Dra. Dyah Kurniawati., M.Si selaku pembimbing I yang telah membantu dan membimbing dalam penyusunan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikannya.
3. Ibu Carolina Yulia Tri P., S.E selaku pembimbing II yang telah mencurahkan perhatian, saran-saran serta dorongan kepada penulis hingga selesainya skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu dosen pengajar yang telah memberikan ilmu manajemen melalui suatu kegiatan belajar mengajar dan pengetahuan yang lebih baik.

5. Bapak dan Ibuku serta adikku tercinta yang telah memberikan motivasi, doa dan restunya sehingga penulis merasa termotivasi untuk menyelesaikan cita-cita dan memenuhi harapan keluarga.
6. Mbak Vita selaku administrasi jurusan yang telah banyak memberikan informasi selama penlisan skripsi sampai selesai.
7. Okke Boma Rahanta terimakasih atas motivasi dan doa yang diberikan.
8. Teman-teman kuliah angkatan 2008 yang telah memberikan sebuah persahabatan dan kerjasama yang baik selama menjadi mahasiswa Manajemen di Universitas Katolik Widya Mandala Madiun.

Hanya doa yang dapat penulis panjatkan, semoga Allah SWT selalu memberikan rahmat, taufik dan hidayahnya kepada Bapak, Ibu, Saudara, Keluarga tercinta dan teman-teman sekalian. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Madiun, 14 Januari 2013

Deby Susanti S

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Batasan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	8
F. Sistematika Penulisan Laporan	9
BAB II. TELAAH TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	11
A. Pemasaran	11
1. Pengertian Pemasaran.....	12
2. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	12
B. Merek.....	12
1. Pengertian Merek.....	12
2. Fungsi Merek.....	14
C. Ekuitas Merek.....	16

1. Pengertian Ekuitas Merek.....	16
2. Dimensi Ekuitas Merek.....	17
3. Manfaat Ekuitas Merek.....	19
D. Keputusan pembelian.....	35
E. Pengembangan Hipotesis.....	39
1. Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	39
2. Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian.....	40
3. Pengaruh Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	41
4. Pengaruh Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	42
5. Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Secara Bersama- Sama Terhadap Keputusan Pembelian.....	43
F. Kerangka Pemikiran.....	45
 BAB III. METODA PENELITIAN	46
A. Desain Penelitian	46
B. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	46
C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	48
D. Instrument Penelitian	52
E. Lokasi penelitian.....	52
F. Data dan Prosedur Pengumpulan Data.....	53
G. Teknik Analisis Data.....	53
1. Uji Kualitas Data.....	53
2. Uji Asumsi Klasik.....	55
3. Analisis Regresi Berganda.....	58
4. Koefisien Determinasi.....	59
5. Uji Hipotesis.....	60
 BAB IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	64
A. Gambaran Umum Universitas Katolik Widya Mandala Madiun.....	64
B. Gambaran Umum Responden	
C. Analisis Data.....	67
D. Pembahasan	82

BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	88
A. Kesimpulan	88
B. Saran	89

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Mahasiswa Aktif Tahun 2012.....	64
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Semester	65
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Prodi R.....	65
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Laptop Acer.....	66
Tabel 4.6. Validitas Kesadaran Merek.....	67
Tabel 4.7. Validitas Persepsi Kualitas.....	68
Tabel 4.8. Validitas Asosiasi Merek.....	68
Tabel 4.9. Validitas Loyalitas Merek.....	69
Tabel 4.10. Validitas Keputusan Pembelian.....	69
Tabel 4.11. Hasil Uji Reliabilitas.....	70
Tabel 4.12. Uji Normalitas.....	72
Tabel 4.13. Hasil Uji Autokorelasi Durbin-Watson.....	73
Tabel 4.14. Hasil Uji Multikolinieritas.....	74
Tabel 4.15. Hasil Regresi Berganda.....	76
Tabel 4.16. Hasil Koefisien Determinasi.....	79
Tabel 4.17. Hasil Uji F.....	82

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran	45
Gambar 3.1. Kurva daerah Penerimaan dan Penolakan	61
Gambar 4.1. Grafik <i>Normal Probability Plot</i>	71
Gambar 4.2. Grafik <i>Scatterplot</i>	75
Gambar 4.3. Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Kesadaran Merek.....	80
Gambar 4.4. Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Persepsi Kualitas.....	81
Gambar 4.5. Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Asosiasi Merek.....	81
Gambar 4.6. Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Loyalitas Merek.....	82
Gambar 4.7. Kurva Uji Simultan antara Variabel Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Aosiasi Merek dan Loyalitas Merek..	83

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I : Daftar Pernyataan Responden
- Lampiran II : Data Hasil Penyebaran Kuesioner
- Lampiran III : Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas
- Lampiran IV : Uji Asumsi Klasik
- Lampiran V : Uji Regresi, Uji t dan Uji F
- Lampiran VI : Tabel t dan Tabel r
- Lampiran VII : Tabel F