

**ANALISIS PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK CAT PELAPIS ANTI
BOCOR NO DROP**

(Studi Empiris pada Konsumen Toko Besi Maju Madiun)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1



Oleh :

Rafita Azis

51413404

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
MADIUN
Oktober 2017**

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi berjudul

ANALISIS PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK CAT PELAPIS ANTI BOCOR NO DROP (Studi Empiris pada Konsumen Toko Besi Maju Madiun)

yang dipersiapkan dan disusun oleh :

RAFITA AZIS (NIM : 51413404)

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

Madiun, 12 Oktober 2017

disetujui dan diterima baik oleh

Pembimbing I



Dra. Dyah Kurniawati, M.Si

NIDN. 0713126601

Mengetahui,

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Widya Mandala
Madiun



Mujilan, S.E., M.Sc.

NIDN. 0702067703

Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Widya Mandala
Madiun



Wati Ariyani, S.E., M. Sc.

NIDN. 07131266001

HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Skripsi berjudul

ANALISIS PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK CAT PELAPIS ANTI BOCOR NO DROP (Studi Empiris pada Konsumen Toko Besi Maju Madiun)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

RAFITA AZIS (NIM : 51413404)

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

Madiun, 12 Oktober 2017

Tim Penguji Skripsi

1. **Veronika Agustini SM., S.E., M.Si.**
NIDN. 0717087201

()

2. **Ardianus Laurens P., S.E., M.Si.**
NIDN. 0721048301

()

3. **Dra. Dyah Kurniawati, M.Si.**
NIDN. 0713126601

()

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis dengan judul : **Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Cat Pelapis Anti Bocor No Drop** (Studi Empiris pada Konsumen Toko Besi Maju Madiun) tidak memuat karya orang lain atau bagian karya orang lain, kecuali yang telah disebutkan dalam daftar pustaka selayaknya karya ilmiah.

Jika terbukti hasil meniru karya orang lain, dengan sendirinya skripsi saya batal, dan saya bersedia gelar keserjanaan saya dicabut dan hak saya sebagai mahasiswa ditiadakan.

Madiun, 02 Oktober 2017



(Rafita Azis)

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Waktu itu bagaikan pedang,

Jika kamu tidak memanfaatkannya menggunakan untuk memotong,

ia akan memotongmu (menggilasmu)”

(H. R. Muslim)

“Wa man jaahada fa-innamaa yujaahidu linafsihii”

Barang siapa bersungguh-sungguh, sesungguhnya kesungguhannya itu adalah untuk dirinya sendiri

(QS Al-Ankabut 29: 6)

Penulis persembahkan kepada :

1. Bapak dan Ibu tercinta
2. Adikku Dimas Kurniawan
3. Sulistyono

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh elemen ekuitas merek yang terdiri atas kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, dan loyalitas merek terhadap keputusan pembelian cat pelapis anti bocor No Drop pada toko Besi Maju Madiun. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli cat pelapis anti bocor No Drop di toko Besi Maju Madiun sebanyak 100 responden dengan *Purposive Sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, dan loyalitas merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, baik secara parsial maupun simultan. Variabel yang dominan adalah loyalitas merek, maka sebaiknya perusahaan mempertahankan kualitas agar konsumen lebih loyal dan melakukan pembelian ulang.

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

KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cat Pelapis Anti Bocor No Drop (Studi Empiris pada Konsumen Toko Besi Maju Madiun)”. Skripsi disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Madiun.

Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berjasa membantu dalam penyusunan skripsi ini, khususnya kepada:

1. Allah SWT atas Karunia yang telah diberikan-Nya.
2. Ibu Dra. Dyah Kurniawati M.Si selaku dosen pembimbing.
3. Ibu Dra. Fransisca Mudjijanti, M.M. selaku rektor Universitas Katolik Widya Mandala Madiun.
4. Bapak Mujilan, S.E, M.Sc. selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
5. Ibu Vivi Aryani, S.E, M.Sc. selaku ketua Jurusan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
6. Bapak Ardianus Laurens P., S.E., M.Sc. selaku wali studi serta Bapak dan Ibu dosen pengajar.

7. Seluruh staff karyawan Universitas Katolik Widya Mandala Madiun yang telah memberikan bantuan kepada penulis.
8. Kedua orang tua dan adik saya tercinta yang telah memberikan doa, restu, kasih sayang, dan motivasinya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sulistyono yang selalu memberikan doa, semangat dan motivasi, serta menjadi partner terbaik dalam segala hal.
9. Teman – teman seangkatan saya Richardo Tanaka Putra, Bambang Wicaksono, dan Diah Fitri K yang telah mendukung selama perkuliahan dan kerjasama yang baik selama menjadi mahasiswa Manajemen.
10. Terima kasih juga kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini jauh dari sempurna. Penulis mohon maaf apabila dalam penulisan skripsi ini terdapat banyak kekurangan, mengingat keterbatasan pengetahuan penulis. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta menambah wawasan bagi pembaca dan pihak lain yang membutuhkan. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Madiun, 12 Oktober 2017

Penulis

Rafita Azis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAKSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Sitematika Penulisan Laporan	10
BAB II TELAAH TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
A. Pemasaran.....	12
1. Pengertian Pemasaran.....	12
2. Pengertian Manajemen Pemasaran	13

B. Merek.....	13
1. Pengertian Merek.....	13
2. Fungsi Merek.....	15
C. Ekuitas Merek	
1. Pengertian Ekuitas Merek (<i>Brand Equity</i>).....	16
2. Dimensi Ekuitas Merek (<i>Brand Equity</i>).....	17
a. Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>).....	17
b. Asosiasi Merek (<i>Brand Association</i>).....	20
c. Persepsi Kualitas (<i>Perceived Quality</i>).....	24
d. Loyalitas Merek (<i>Brand Loyalty</i>).....	28
3. Peran Ekuitas Merek.....	32
D. Keputusan Pembelian.....	33
E. Pengembangan Hipotesis.....	37
1. Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	37
2. Pengaruh Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	38
3. Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian.....	39
4. Pengaruh Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	40
5. Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Secara Bersama-sama Terhadap Keputusan Pembelian.....	41
F. Kerangka Pemikiran.....	42
BAB III METODA PENELITIAN	
A. Desain Penelitian.....	44
B. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	44

1. Populasi	44
2. Sampel	45
3. Teknik Pengambilan Sampel	46
C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	46
1. Variabel Penelitian.....	46
2. Definisi Operasional Variabel	47
D. Instrumen Penelitian.....	50
E. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	50
F. Data dan Prosedur Pengumpulan Data.....	51
1. Sumber Data	51
2. Prosedur Pengumpulan Data	51
a. Penelitian Langsung.....	51
b. Studi Literatur	51
G. Teknik Analisis Data	52
1. Uji Kualitas Data	52
a. Uji Validitas	52
b. Uji Reliabilitas	52
2. Uji Asumsi Klasik	53
a. Uji Normalitas.....	53
b. Uji Autokorelasi.....	53
c. Uji Multikolinieritas.....	54
d. Uji Heterokedastisitas	54
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	55

4. Koefisien Determinan (R^2)	56
5. Uji Hipotesis	56
a. Uji t	56
b. Uji F	57
 BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Toko Besi Maju Madiun	59
1. Sejarah Singkat Toko Besi Maju	59
2. Struktur Organisasi Toko Besi Maju	60
3. Deskripsi Jabatan	60
B. Gambaran Umum Responden	60
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	61
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	62
C. Deskripsi Variabel Penelitian	63
1. Variabel Kesadaran Merek	64
2. Variabel Asosiasi Merek	65
3. Variabel Persepsi Kualitas	67
4. Variabel Loyalitas Merek	68
5. Variabel Keputusan Pembelian	70
D. Uji Kualitas Data	73
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	73
a. Uji Validitas	73
b. Uji Reliabilitas	74

2. Uji Asumsi Klasik	75
a. Uji Normalitas.....	75
b. Uji Autokorelasi.....	75
c. Uji Multikolinieritas.....	76
d. Uji Heterokedastisitas	77
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	78
4. Koefisien Determinan (R^2)	79
5. Uji Hipotesis	80
a. Uji t	80
b. Uji F	85
E. Pembahasan	87
1. Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian	87
2. Pengaruh Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian	88
3. Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian	90
4. Pengaruh Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	92
5. Pengaruh antara kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, loyalitas merek secara bersama-sama Terhadap Keputusan Pembelian	93
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan.....	96
B. Implikasi Manajerial.....	96
C. Keterbatasan Penelitian	99
D. Saran	99

1. Bagi Perusahaan.....	99
2. Bagi Akademisi	101

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Tabel <i>Top Brand Index</i> Cat Pelapis Anti Bocor.....	2
Tabel 1.2	Tabel Data Penjualan Cat Pelapis Anti Bocor No Drop Tahun 2014 – 2016	3
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	62
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	62
Tabel 4.4	Rentang Skala.....	63
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Kesadaran Merek (X_1).....	64
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Asosiasi Merek (X_2).....	65
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Persepsi Kualitas (X_3).....	67
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Loyalitas Merek (X_4).....	68
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	70
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Variabel Dependen dan Variabel Independen.....	73
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas	74
Tabel 4.12	Uji Normalitas	75

Tabel 4.13 Hasil Uji Autokorelasi Durbin-Watson	75
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinieritas.....	76
Tabel 4.15 Hasil Regresi Linier Berganda	78
Tabel 4.16 Hasil Koefisien Determinasi.....	79
Tabel 4.17 Hasil Uji F	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Piramida Kesadaran Merek	18
Gambar 2.2	Piramida Loyalitas Merek	29
Gambar 2.3	Piramida Loyalitas Merek	30
Gambar 2.4	Kerangka Pemikiran	43
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Toko Besi Maju Madiun	59
Gambar 4.2	Grafik Scatterplot	77
Gambar 4.3	Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Kesadaran Merek (X_1)	82
Gambar 4.4	Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Asosiasi Merek (X_2)	83
Gambar 4.5	Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Persepsi Kualitas (X_3)	84
Gambar 4.6	Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Loyalitas Merek (X_4)	85
Gambar 4.7	Kurva Uji Simultan antara Variabel Kesadaran Merek Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas, dan Loyalitas Merek	87

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Daftar Pernyataan Responden
Lampiran 2	Data Karakteristik Responden dan Data Hasil Penyebaran Kuesioner
Lampiran 3	Uji Validitas dan Reliabilitas.....
Lampiran 4	Uji Asumsi Klasik
Lampiran 5	Uji Regresi, Uji t, dan Uji F.....
Lampiran 6	Tabel t dan Tabel r.....