

**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK *SMARTPHONE* SAMSUNG
DI INDOMOBILE CELL MALANG**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi
Jurusan Manajemen
Universitas Katolik Widya Karya Malang



Disusun Oleh :

RIA RINA

NIM : 201211019

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA MALANG
FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN

2016

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Ria Rina
Nim : 201211019
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul : **PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP**

**KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK
SMARTPHONE SAMSUNG DI “INDOMOBILE CELL”
MALANG**

Malang ,13 Juli 2016



(Ria Rina)

DITERIMA DAN DISETUJUI :

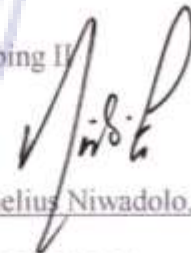
Pembimbing I



Dra. Anni Yudiastuti, MP

NIDN : 0701056401

Pembimbing II



Drs. Cornelius Niwadolo, MM

NIDN : 0706055302

Mengetahui :



Drs. Cornelius Niwadolo, MM

NIDN : 0706055302



Dra. Anni Yudiastuti, MP

NIDN : 0701056401

LEMBARAN PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul :

**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK *SMARTPHONE* SAMSUNG
DI “INDOMOBILE CELL” MALANG**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Ria Rina

NIM : 201211019

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas
Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang pada tanggal 13 Juli
2016 dan telah memenuhi syarat untuk sebagai salah satu syarat guna
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata satu (S1).


Disahkan oleh :

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Widya Karya Malang

Drs. Cornelius Niwadolo, MM

Dewan Penguji

1. Dra. Anni Yudiastuti, MP
NIDN : 0701056401
2. Drs. Cornelius Niwadolo, MM
NIDN : 0706055302
3. J. Vicka B.W,S.Pd,MSM
NIDN : 0724018601





INDOMOBILE CELL

Jl. Brigjend S. Riadi 10 Malang 65112 Jawa Timur - Indonesia
Call : (0341) 355 333, Email : info@indomobilecell.com

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Nomor : 09/SKP/IMC/VII/2016

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Jimmy Etmada
Jabatan : Direktur
Alamat : Jl. Brigjend S. Riadi 10 Malang

Menyatakan bahwa :

Nama : Ria Rina
Jurusan : Manajemen
NIM : 201211019

Adalah benar telah melakukan pengambilan data di Indomobile Cell Malang yang beralamat di jalan Brigjend S. Riadi 10 Malang pada tanggal 16 – 20 Juni 2016, untuk menunjang Tugas Akhir (skripsi) yang berjudul "Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Smartphone Samsung Di Indomobile Cell Malang".

Demikianlah surat keterangan ini kami buat dan kiranya dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 26 Juli 2016

Direktur

A handwritten signature in black ink, appearing to be "Jimmy Etmada".

Jimmy Etmada

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Kami yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK *SMARTPHONE* SAMSUNG DI “INDOMOBILE CELL” MALANG”** merupakan karya asli dari:

Nama : Ria Rina
Nim : 201211019
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang

Dan bukan merupakan karya plagiat baik sebagian maupun seluruhnya.

Demikian pernyataan ini kami buat dengan sebenar – benarnya dan apabila terdapat kekeliruan kami bersedia menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Malang, 13 Juli 2016



(Ria Rina)

DITERIMA DAN DISETUJUI :

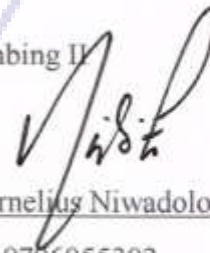
Pembimbing I



Dra. Anni Yudiastuti, MP

NIDN : 0701056401

Pembimbing II



Drs. Cornelius Niwadolo, MM

NIDN : 0706055302

Mengetahui



Dekan Fakultas Ekonomi

Drs. Cornelius Niwadolo, MM

NIDN : 0706055302



Ketua Jurusan

Dra. Anni Yudiastuti, MP

NIDN : 0701056401

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Ria Rina
Nim : 201211019
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Tempat, tanggal lahir : Malang, 22 Oktober 1991
Jenis kelamin : Perempuan
Agama : Katolik
Status : Belum menikah
Alamat : Jl. Embong Brantas Bedak Pasar no 15.
Nama orang tua (Ayah) : Abdul Hasyim
(Ibu) : Rosalie
Riwayat pendidikan :

- Tahun 2005 tamat SDK.ALETHEIA Malang.
- Tahun 2008 tamat SMPK ALETHEIA Malang.
- Tahun 2011 tamat SMAN 7 Malang.
- Tercatat sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Karya Malang angkatan Tahun 2012/2016

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti hanturkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmat-Nya, peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi ini dengan judul “PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK SMARTPHONE SAMSUNG DI “INDOMOBILE CELL”MALANG “ dapat diselesaikan.

Adapun penulisan ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi Strata Satu (S1) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang. Pada kesempatan ini peneliti menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya pada semua pihak yang telah membantu penulisan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik. Pihak-pihak tersebut antara lain:

1. Tuhan YME, atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penyusun skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Yang terhormat Rm. Albertus Herwanta, O.Carm. M. A : selaku rektor Universitas Katolik Widya Karya Malang.
3. Yang terhormat Bapak Drs. Cornelius Niwadolo, MM : selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang dan sebagai dosen pembimbing II yang telah memberikan petunjuk serta meluangkan waktu untuk membimbing dan menasehati peneliti sehingga terselesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Yang terhormat, Ibu Dra. Anni Yudiastuti, MP : selaku Ketua Jurusan Manajemen Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang dan sebagai dosen pembimbing I yang telah memberikan petunjuk serta meluangkan waktu untuk membimbing dan menasehati peneliti sehingga terselesaikan skripsi ini dengan baik.

5. Bapak dan Ibu Dosen selaku staf pengajar yang telah banyak memberikan bimbingan dan bekal ilmu pengetahuan yang sangat berharga selama maa studi peneliti di Universitas Katolik Widya Karya Malang .
6. Yang terhormat, Rm. Bonifacius Hudiono Pr. selaku bapak asuh peneliti yang selalu memberi dukungan moril maupun materil.
7. Yang tercinta, kedua orang tua peneliti yang selalu memberikan semangat, cinta, dan doanya sehingga peneliti bisa menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
8. Pimpinan dan seluruh staf Indomobile Cell Malang yang telah membantu peneliti dalam memperlancar penelitian dengan melakukan pengambilan data.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa memberikan berkat, anugerah dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah memberikan segala bantuan dan dukungan di atas tersebut. Dan segala kerendahan hati, peneliti mempersembahkan dengan harapan semoga skripsi yang telah disusun ini dapat bermanfaat serta dapat digunakan oleh pihak yang berkepentingan dengan sebagaimana mestinya.

Malang,13 Juli 2016

Peneliti

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
SURAT KETERANGAN PENELITIAN	iii
SURAT KETERANGAN PLAGIAT	iii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LEMBAR	xii
ABSTRAK.....	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5

BAB II LANDASAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu	6
B. Tinjauan Pustaka	10

1. Pengertian Ekuitas merek	10
2. Pengertian Kesadaran Merek	11
1. Pengertian Asosiasi Merek	12
2. Pengertian Persepsi Kualitas.....	13
3. Pengertian Loyalitas Merek	13
4. Pengertian Keputusan Pembelian	13
C. Kerangka Pikir	17
D. Hipotesis Penelitian	17

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	18
B. Ruang Lingkup Penelitian	18
C. Lokasi Penelitian	18
D. Populasi dan Sampel	18
E. Sumber dan Jenis Data	18
F. Definisi Operasional	21
G. Metode Analisis Data	22
H. Teknik Analisis Data	28

BAB IV ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA

A. Gambaran Umum Perusahaan	30
-----------------------------------	----

B. Deskripsi Karakteristik Responden Penelitian	38
C. Deskripsi Frekuensi Variabel Penelitian	41
D. Uji Instrumen	44
E. Uji Asumsi Klasik	47
F. Uji Hipotesis	53
G. Interpretasi Data Penelitian	62
H. Implikasi Hasil Penelitian.....	66

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan	69
B. Saran	70

DAFTAR PUSTAKA	71
-----------------------------	----



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penyajian Data Penelitian Terdahulu	6
Tabel 3.1 Indikator Pengukuran Variabel	21
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Usia.....	40
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili	41
Tabel 4.4 Deskripsi Ferkuensi Variabel Kesadaran Merek	42
Tabel 4.5 Deskripsi Ferkuensi Variabel Asosiasi Merek	42
Tabel 4.6 Deskripsi Ferkuensi Variabel Persepsi Kualitas	43
Tabel 4.7 Deskripsi Ferkuensi Variabel loyalitas merek	43
Tabel 4.8 Deskripsi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	44
Tabel 4.9 Uji Validitas	45
Tabel 4.10 Kriteria Indeks Koefisien Reliabilitas.....	46
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas	46
Tabel 4.12 Hasil Analisis Durbin Watson	50
Tabel 4.13 Uji Multikolonieritas	51
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	54
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	57
Tabel 4.16 Hasil Uji F	59
Tabel 4.17 Hasil Uji T	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir	17
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Indomobile Cell Malang	35
Gambar 4.2 Garfik Deskripsi Responden Berdasarkan jenis Kelamin	39
Gambar 4.3 Grafik Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	40
Gambar 4.4 Grafik Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili.....	41
Gambar 4.5 Grafik Uji Normalitas	49
Gambar 4.6 Grafik Uji Heteroskedastisitas	52



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Hasil Penelitian

Lampiran 2 Output SPSS

Lampiran 3 Kuesioner



**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK *SMARTPHONE* SAMSUNG
DI “INDOMOBILE CELL”MALANG**

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh timbulnya fenomena persaingan antar merek-merek lama dan kemunculan berbagai merek-merek baru yang meramaikan persaingan pasar khususnya untuk kategori produk *smartphone*. Secara khusus, penelitian ini mengulas upaya yang dilakukan Samsung untuk mempertahankan posisinya sebagai *market leader*. Penelitian ini secara khusus menguji variabel-variabel ekuitas merek yang terdiri dari kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas dan loyalitas merek.

Berdasarkan rumusan dan tujuan masalah, maka jenis penelitian ini adalah penelitian eksplanatori. Data dikumpulkan melalui metode kuesioner dengan menggunakan teknik purposive sampling terhadap 50 orang responden yang pernah melakukan keputusan pembelian pada produk *smartphone* merek Samsung. Populasi yang dijadikan dalam penelitian ini adalah Pengunjung Indomobile Cell Malang. Kemudian dilakukan analisis kuantitatif dan kualitatif yang meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis melalui uji t dan uji F, serta analisis koefisien determinasi (R^2). Analisis kualitatif merupakan interpretasi dari data-data yang diperoleh dalam penelitian serta hasil pengolahan data yang sudah dilaksanakan dengan memberi keterangan dan penjelasan.

Data-data yang telah memenuhi uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik tersebut diolah sehingga menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = -1.521 + 0.162 X_1 + 0.256 X_2 + 0.145 X_3 + 0.585 X_4$$

Dimana variabel Keputusan Pembelian (Y), Kesadaran Merek (X1), asosiasi merek(X2), persepsi kualitas (X3), dan Loyalitas Merek (X4). Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa keempat variabel independen yang diteliti terbukti secara signifikan mempengaruhi variabel dependen Keputusan Pembelian dan variabel yang paling berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* Samsung adalah loyalitas merek. Melalui uji F diketahui bahwa seluruh variabel independen secara signifikan berpengaruh terhadap variabel dependen keputusan Pembelian. Angka Adjusted R Square sebesar 0,948 menunjukkan bahwa sebesar 94,8 persen variasi Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh keempat variabel independen dalam persamaan regresi.

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

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang masalah

Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan pertumbuhan ekonomi Indonesia sebesar 4,67 persen pada kuartal II 2015, melambat dari periode yang sama tahun lalu mencapai 5,12 persen. Perekonomian nasional juga melambat jika dibandingkan dengan kuartal sebelumnya yang tumbuh 4,71 persen secara tahunan. Hal ini juga memengaruhi persaingan perusahaan untuk memperebutkan konsumen, tidak lagi hanya terkait fungsional produk seperti kegunaan produk, melainkan sudah dikaitkan dengan merek yang mampu memberikan citra khusus bagi pemakainya.

Merek (*brand*) adalah salah satu faktor penting dalam kegiatan pemasaran. Merek merupakan identitas dari sebuah produk, merek memberikan suatu informasi yang ringkas tentang suatu produk yang diinginkan oleh konsumen. Menurut Kotler (2009:332), merek adalah nama, istilah, simbol atau rancangan, atau kombinasi hal-hal tersebut yang dimaksud konsumen untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seseorang atau kelompok penjual dan untuk membedakannya dari pesaing.

Perspektif di atas menjelaskan merek pada dasarnya mengandung nilai-nilai potensial sebagai sumber keunggulan kompetitif yang sangat strategis bagi perusahaan dalam menghadapi persaingan bisnis, nilai-nilai ini kemudian oleh banyak pakar didefinisikan sebagai ekuitas merek.

Aaker (2013:204) mendefinisikan Ekuitas merek adalah seperangkat aset yang dimiliki oleh pelanggan merek, anggota saluran distribusi, dan perusahaan yang memungkinkan suatu merek mendapatkan kekuatan, daya tahan, dan keunggulan yang dapat membedakan dengan merek pesaing.

Ekuitas merek dapat dibentuk melalui proses dari kesadaran merek (*brand awareness*), Selanjutnya setelah calon pembeli mengenal merek maka akan berusaha untuk mengetahui informasi terkait dengan merek tersebut dan proses ini berkaitan dengan asosiasi merek (*brand associations*).

Proses berikutnya adalah persepsi kualitas (*perceived quality*) yang mana seorang calon konsumen akan mulai yakin terhadap merek yang dipilih sesuai dengan kebutuhannya dan mulai melakukan pembelian serta mengonsumsi produk dari merek tersebut. Proses selanjutnya adalah bagaimana seorang konsumen memiliki loyalitas terhadap merek tersebut dan pada proses ini yang berperan adalah loyalitas merek (*brand loyalty*). Proses yang terakhir ini terlihat bahwa ekuitas merek yang kuat akan sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, karena bila ekuitas merek tersebut tertanam dengan kuat maka konsumen akan sulit berpindah ke merek lain. Keputusan pembelian merupakan tahap – tahap yang dilalui konsumen dalam menentukan pilihan tentang produk dan jasa yang akan dibeli atau tidak (Kotler, 2002 : 180).

Di zaman sekarang di mana era globalisasi sedang berlangsung banyak orang disekitar kita sudah memiliki *handphone* yang melebihi batas manfaatnya. Maksudnya *handphone* tidak hanya memiliki fungsi untuk berkomunikasi tanpa bertatap muka tapi juga kita sekarang mengenal yang

nama nya 3G dimana *handphone* ini memungkinkan kita untuk berkomunikasi sambil tatap muka baik dari rekan senegara maupun dari negara lain. Oleh sebab itu keberadaan *smartphone* sungguh diperlukan dan juga sangat membantu bagi kebutuhan informasi setiap kalangan. *Smartphone* apapun siap digunakan menurut keperluan. Lebih mudah memang, dari sisi efisien waktu dan juga tampaknya yang tak terlalu besar tetapi juga tidak terlalu kecil.

Dikalangan mahasiswa dan pelajar, *smartphone* memiliki peranan khusus yang tak hanya menjadi sumber informasi, sumber pengetahuan dan juga sebagai hiburan. *Smartphone* tersebut juga memiliki nilai tersendiri bagi para pemakainya dikalangan generasi muda.

Indomobile Cell yang berada di jantung kota Malang dapat dikatakan adalah salah satu Toko ritel *handphone* dan *acesories* yang terbesar dan terlengkap dikota Malang. Berdiri sejak tahun 2000 merupakan cerita panjang dari proses berdirinya Toko *handphone* dan *acesories* tersebut. Berawal dari kesenangan berganti – ganti *handphone* akhirnya sang pemilik Indomobile Cell ini menggagas ide untuk membuka sendiri Toko *handphone* dan *acesories* dengan pelayanan yang baik. Indomobile Cell mempunyai *trade mark* toko *handphone* dan *acesories* yang murah, berkualitas, dan juga mempunyai pelayanan yang baik terhadap pelanggan, sehingga merupakan nilai tambah tersendiri bagi Indomobile Cell dan itu harus dipertahankan .

Beraneka macam *smartphone* saat ini banyak beredar di pasaran, memenuhi tuntutan kebutuhan konsumen dan khalayak ramai. Salah satunya adalah merek Samsung, karena di toko ini banyak konsumen yang memilih *smartphone* Samsung. Jadi erat kaitannya dengan ekuitas merek Samsung.

Adapun beragam alasan setiap orang dalam memilih *smartphone* Samsung yaitu operator seluler *provider* internet, *handphone* dan Android yang lebih cepat, terjangkau dan dapat diandalkan, seperti ter-integrasi dengan google, harga dari merek android ini yang terjangkau, aplikasi yang bagus dan berkualitas tinggi dan banyak produk baru yang lebih bervariasi setiap tahunnya.

Berdasarkan latar belakang diatas maka judul dalam penelitian ini adalah “Pengaruh Ekuitas Merk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk *Smartphone* Merek Samsung di Indomobile Cell Malang.”

B. Rumusan Masalah

Setiap perusahaan yang akan atau sedang melakukan kegiatan usaha tidak luput dari bermacam-macam masalah yang harus dipecahkan demi kelancaran usahanya. Rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah faktor pembentuk ekuitas merek yang terdiri dari kesadaran merek (x1), asosiasi merek (x2), kesan kualitas (x3) dan loyalitas merek (x4) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek Samsung di Indomobile Cell Malang ?
2. Manakah dari keempat faktor pembentuk ekuitas merek berpengaruh paling signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek *Samsung* di Indomobile Cell Malang ?

C. Tujuan dan manfaat penelitian

1. Tujuan penelitian

- a. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh faktor pembentuk pengaruh ekuitas merek yang terdiri dari kesadaran merek (x1), asosiasi merek (x2), kesan kualitas (x3) dan loyalitas merek (x4) terhadap keputusan pembelian *Smartphone* merek Samsung di Indomobile Cell Malang.
- b. Untuk mengetahui faktor pembentuk ekuitas merek yang berpengaruh paling signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek Samsung di Indomobile Cell Malang.

2. Manfaat penelitian

- a. Bagi peneliti : Sebagai sarana untuk melatih berpikir positif kritis dan sebagai sarana menambah pengetahuan di bidang pemasaran dalam hal ekuitas merek.
- b. Bagi pemasar dan produsen *Smartphone* Samsung : Sebagai sarana atau referensi untuk meningkatkan kegiatan pemasaran serta produksi.
- c. Bagi Universitas : Sebagai bahan referensi untuk kegiatan penelitian berikutnya dengan topik yang sama.