

**PENGARUH *BRAND EQUITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KONSUMEN PADA KFC MALL OLYMPIC GARDEN MALANG**

**SKRIPSI**

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



**Disusun oleh:**

**Marisela Morena**

**NIM : 201311013**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA MALANG  
FAKULTAS EKONOMI – JURUSAN MANAJEMEN**

**2017**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Marisela Morena

Nim : 201311013

Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Judul : **PENGARUH *BRAND EQUITY* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KONSUMEN PADA *KFC MALL OLYMPIC  
GARDEN MALANG***

Malang, 13 Juli 2016

(Marisela Morena)

**DITERIMA DAN DISETUJUI :**

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. Cornelius Niwadolo, MM  
NIDN : 0706055302

Dewi Ratih, SE, MSM  
NIDN : 0704078107

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan

Drs. Cornelius Niwadolo, MM  
NIDN : 0706055302

Dra. Anni Yudiastuti, MP  
NIDN : 0701056401

**LEMBARAN PENGESAHAN SKRIPSI**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

**PENGARUH *BRAND EQUITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KONSUMEN PADA *KFC MALL OLYMPIC GARDEN MALANG***

Nama : Marisela Morena

NIM : 201311013

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi  
Universitas Katolik Widya Karya Malang pada tanggal 13 Juli 2016 dan telah  
memenuhi syarat untuk diterima 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. Drs. Cornelius Niwadolo, MM  
NIDN : 0706055302

\_\_\_\_\_

2. Dra. Anni Yudiastuti, MP  
NIDN : 0701056401

\_\_\_\_\_

3. Jovita Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.SM.  
NIDN : 0724018601

\_\_\_\_\_

# PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

Kepada  
Yth. Universitas Katolik Widya  
Karya Malang  
Di  
Malang

Dengan Hormat,

Bersama ini diberitahukan kepada pimpinan Universitas Katolik Widya Karya Malang, bahwa kami KFC cabang *Mall Olympic Garden* Malang memberikan data-data pendukung untuk menunjang penyelesaian Tugas Akhir (skripsi) yang berjudul “Pengaruh *Brand Equity* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada KFC *Mall Olympic Garden* Malang” kepada salah seorang mahasiswa yang mengikuti pendidikan pada Universitas Katolik Widya Karya Malang. Adapun mahasiswa tersebut adalah:

Nama : Marisela Morena  
Jurusan : Manajemen  
NIM : 201311013

Demikian surat ini kami buat dan kiranya dapat digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Malang, 07 Juli 2017

Ponimin Idrus

**PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT**

Kami yang bertanda tangan dibawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“PENGARUH BRAND EQUITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA KFC MALL OLYMPIC GARDEN MALANG”** merupakan karya asli dari:

Nama : Marisela Morena  
Nim : 201311013  
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 2017

(Marisela Morena)

DITERIMA DAN DISETUJUI :

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs.Cornelius Niwadolo,MM  
NIDN : 0706055302

Dewi Ratih, SE. MSM  
NIDN : 0704078107

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan

Drs. Cornelius Niwadolo, MM  
NIDN : 0706055302

Dra. Anni Yudiastuti, MP  
NIDN : 0701056401

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

**DATA PRIBADI**

Nama : Marisela Morena  
Nim : 201311013  
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Tempat, tanggal lahir : Malang, 28 Juni 1995  
Jenis kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Status : Belum menikah  
Alamat : Jl. Bantaran Indah Blok C-35  
Nama orang tua ( Ayah ) : Agus Mulyono  
( Ibu ) : Tjandra Dewi Agustin

**RIWAYAT PEDIDIKAN :**

1. Tahun 2007 tamat dari SDN Tulusrejo IV Malang
2. Tahun 2010 tamat dari SMPK Cor Jesu Malang
3. Tahun 2013 tamat dari SMA Kertanegara Malang
4. Tercatat sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Karya Malang angkatan tahun 2013/2014

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah Yang Maha Esa yang telah melimpahkan kasih dan sayangNya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH *BRAND EQUITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA *KFC MALL OLYMPIC GARDEN MALANG*”.

Maksud dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh ujian sarjana pendidikan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang. Dalam penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang sangat membantu penulis dalam berbagai hal. Oleh karena itu, penulis sampaikan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmatNya sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Yang terhormat Rm. Albertus Herwanto 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 I yang selalu memberikan pengarahan dan meluangkan waktu untuk membimbing penulis, sehingga terselesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Yang terhormat Ibu Dra. Anni Yudiastuti, MP selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Karya Malang 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 membantu dan memberikan bimbingan serta ilmu yang sangat berharga selama studi peneliti di Universitas Katolik Widya Karya Malang.
6. Pimpinan dan seluruh staf KFC cabang MOG Malang yang telah membantu peneliti dalam memperlancar penelitian dengan melakukan pengambilan data.
7. Kepada keluarga, terima kasih untuk bantuan doa, finansial dan motivasinya.
8. Orang terdekat, terima kasih untuk dukungan doa serta motivasinya.
9. Teman-teman manajemen angkatan 2013, terima kasih untuk cerita suka duka selama 4 tahun ini.

Semoga Tuhan selalu melindungi kepada semua pihak yang telah memberikan segala bantuan dan dukungan di atas tersebut. Dengan segala kerendahan hati, peneliti mempersembahkan dengan harapan semoga skripsi yang telah disusun dapat bermanfaat dan digunakan oleh pihak yang bertanggung jawab sebagaimana semestinya.

Malang, 13 Juli 2017

Peneliti



**DAFTAR ISI**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
SURAT KETERANGAN PENELITIAN .....	iii
SURAT KETERANGAN PLAGIAT .....	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
ABSTRAKSI .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	3
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Penelitian Terdahulu .....	5
B. Landasan Teori .....	6
C. Kerangka Pikir .....	18
D. Hipotesis .....	18
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian .....	19
B. Lokasi Penelitian .....	19

C. Ruang Lingkup.....	19
D. Sumber Data .....	19
E. Definisi Operasional .....	20
F. Jenis Data .....	22
G. Populasi dan Sampel .....	23
H. Metode Pengumpulan Data.....	23
I. Pengukuran Variabel.....	23
J. Teknik Analisis .....	24
<b>BAB IV ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA</b>	
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	30
B. Penyajian Data .....	38
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. KESIMPULAN.....	64
B. SARAN .....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>66</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	5
Tabel 3.1 Indikator Pengukuran Variabel.....	21
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	38
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	40
Tabel 4.4 Deskripsi Frekuensi Variabel Kesadaran Merek.....	41
Tabel 4.5 Deskripsi Frekuensi Variabel Persepsi Kualitas.....	42
Tabel 4.6 Deskripsi Frekuensi Variabel Asosiasi Merek.....	43
Tabel 4.7 Deskripsi Frekuensi Variabel Loyalitas Merek.....	44
Tabel 4.8 Deskripsi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian.....	45
Tabel 4.9 Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	46
Tabel 4.10 Kriteria Indeks Penelitian.....	48
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	48
Tabel 4.12 Uji Normalitas.....	50
Tabel 4.13 Hasil Analisis Durbin Watson.....	52
Tabel 4.14 uji non-multikolinieritas dengan VIF.....	54
Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	57
Tabel 4.16 Standardized Coefficient Beta.....	62

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	18
Gambar 4.1 Struktur Organisasi KFC.....	34
Gambar 4.2 Grafik Uji Normalitas.....	51
Gambar 4.3 Grafik Uji Non Heteroskedastisitas.....	54



**PENGARUH *BRAND EQUITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KONSUMEN PADA KFC MOG MALANG**

**ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand equity* baik secara simultan maupun parsial serta untuk mengetahui variabel yang paling dominan terhadap keputusan pembelian pada KFC MOG Malang. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kesadaran merek (X1), persepsi kualitas (X2), asosiasi merek (X3), loyalitas merek (X4), dan variabel dependen adalah keputusan pembelian (Y).

Metode penelitian ini adalah eksplanatori. Populasi penelitian adalah konsumen yang pada saat penelitian berlangsung datang dan membeli di KFC MOG Malang. Teknik pengambilan sampel adalah *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, dokumentasi, dan wawancara langsung. Teknik analisa menggunakan analisis regresi berganda.

Hasil analisis dalam penelitian ini didapatkan pengaruh signifikan secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian pada KFC MOG Malang dengan nilai signifikansi  $F$   $0,000 < \text{nilai } a = 0,05$  dan signifikansi  $t$  untuk semua komponen  $\leq 0,05$ . Dan komponen yang berpengaruh secara dominan yaitu persepsi kualitas dengan nilai *beta standardtized* sebesar 0,301 yang memberikan dampak positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada KFC MOG Malang.

**Kata kunci : *Brand Equity*, Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, Loyalitas Merek, Keputusan Pembelian**