

**PENGARUH ELEMEN EKUITAS MEREK DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA
WIMCYCLE DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana Jurusan Manajemen



Oleh :

VENNY AGUSTINE
2010210743

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2015**

**PENGARUH ELEMEN EKUITAS MEREK DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA
WIMCYCLE DI SURABAYA**

Diajukan oleh :

VENNY AGUSTINE

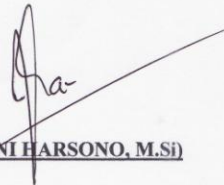
NIM : 2010210743

Skripsi ini telah dibimbing

Dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,

Tanggal :



(Dr. Drs. SONI HARSONO, M.Si)

SKRIPSI

PENGARUH ELEMEN EKUITAS MEREK DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA WIMCYCLE DI SURABAYA

Disusun oleh

VENNY AGUSTINE

NIM : 2010210743

Dipertahankan didepan Tim Penguji
Dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
Pada tanggal

Tim Penguji

Ketua : (Drs.Ec. HERIZON, M.Si.)

Sekretaris : (Dr. Drs. SONI HARSONO, M.Si.)

Anggota : (Dr. M. NADJIB, MM)



Three handwritten signatures in blue ink are present on the right side of the page, corresponding to the three members of the exam committee listed on the left. Each signature is written over a horizontal dotted line.

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : VennyAgustine
Tempat, Tanggal Lahir : Sidoarjo, 01 Agustus 1992
N.I.M : 2010210743
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata I
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Elemen Ekuitas Merek dan Word of Mouth
Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Wimcycle di
Surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Sarjana Manajemen

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 09 Mei 2016

Tanggal : 09 Mei 2016



(Dr. Muazaroh, S.E., M.T.)



(Dr. Drs. SONT HARSONO, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang senantiasa menyertai, memberikan keridhoan dan memberikan kemudahan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi atau tugas akhir ini yang berjudul “ Pengaruh Elemen Ekuitas Merek dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Sepeda Wimcycle di Surabaya”.

Penulis mengakui bahwa skripsi ini tidak lepas dari kekurangan dan kekhilafan, untuk itu penulis menerima dengan segenap ketulusan hati segala bentuk saran dan kritik demi kemajuan dan kebaikan bersama, terlebih bagi penulis. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan juga inspirasi bagi pihak – pihak yang membutuhkan, terima kasih.

Surabaya, 19 April 2016

Penulis

PERSEMBAHAN

Saya persembahkan Skripsi ini teruntuk :

Allah SWT dan Rasulullah SAW

Puji syukur atas segala rahmat serta hidayahnya yang telah memberikan kemudahan, kesehatan serta kelacaran didalam mengerjakan skripsi ini.

Ayah dan Mama tercinta

(H.M.Muhaimin Faisal,SH dan Hj. Anik Kasiyani)

Terimakasih untuk ayah dan mama yang sudah menjadi sosok yang menginspirasi hidupku, selalu bersabar dan tak pernah henti mendoakan dan terus mendukung demi kesuksesan penulis dalam mengerjakan skripsi ini.

Keluarga kecil tercinta Suamiku dan malaikat kecilku

(Michel Andrian, SE dan Aqila Zerlinda Andrian)

Terimakasih untuk suamiku dan putri kecilku sudah selalu memberikan dukungan serta doa yang tak pernah lalai sedikitpun demi kesuksesanku dan terus memberikan semangat.

Kakak – kakak saya tersayang

(Dian Fransisca SE, Andreansyah P dan Nissa Erlina Trifany ,SE)

Terimakasih selalu mendoakan Penulis dalam mengerjakan skripsi ini dan memberikan motivasi serta inspirasi kepada penulis.

STIE Perbanas Surabaya

(Dr. Drs. Soni Harsono, M.Si, Seluruh dosen penguji & Staff dosen STIE
Perbanas Surabaya)

Terimakasih untuk dosen pembimbing, dosen penguji yang selalu membantu dengan sabar dan memberikan banyak sekali arahan juga masukan – masukan sehingga skripsi ini dapat tuntas dengan baik. Dan seluruh dosen yang sudah dengan ikhlas memberikan ilmu selama proses pembelajaran.

Sahabat – sahabatku tersayang

Terimakasih untuk sahabatku Indry Nuari Sihombing, SE , Yuniar Retno Ningtyas, SE yang selalu memberikan dukungan dan semangat untuk kesuksesanku.



DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|---------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN SIAP UJI..... | ii |
| HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI..... | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI..... | iv |
| KATA PENGANTAR..... | v |
| KATA PERSEMBAHAN..... | vi |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR TABEL..... | x |
| DAFTAR GAMBAR..... | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xii |
| ABSTRAK..... | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 8 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 9 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 10 |
| 1.5 Sistematika Penulisan Skripsi..... | 10 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | |
| 2.1 Penelitian Terdahulu..... | 13 |
| 2.2 Landasan Teori..... | 20 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran..... | 31 |
| 2.4 Hipotesis Penelitian..... | 31 |
| BAB III METODE PENELITIAN | |
| 3.1 Rancangan Penelitian..... | 33 |
| 3.2 Batasan Penelitian..... | 33 |
| 3.3 Identifikasi Variabel..... | 34 |
| 3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel..... | 35 |
| 3.5 Instrumen Penelitian..... | 38 |
| 3.6 Populasi Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel..... | 39 |
| 3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data..... | 42 |
| 3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas..... | 42 |
| 3.9 Teknik Analisis..... | 44 |

| | | | |
|-----|-----|---|----|
| BAB | IV | GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISA DATA | |
| | 4.1 | Gambaran Subyek Penelitian..... | 47 |
| | 4.2 | Analisa Data..... | 51 |
| BAB | V | PENUTUP | |
| | 5.1 | Kesimpulan..... | 73 |
| | 5.2 | Keterbatasan Penelitian..... | 75 |
| | 5.3 | Saran..... | 75 |

DAFTAR RUJUKAN
LAMPIRAN

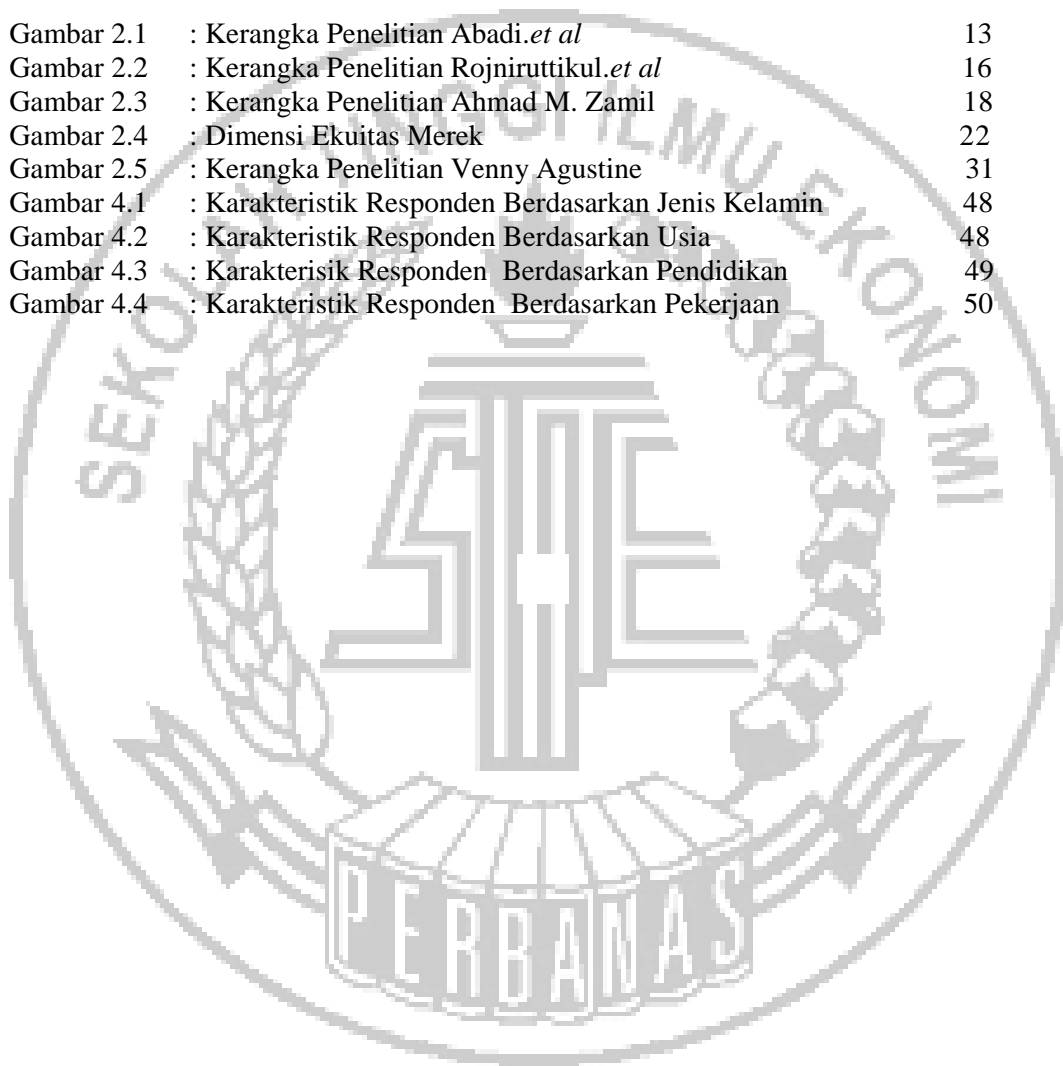


DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|---|---------|
| Tabel 1.1 : Data Penjualan Sepeda di Indonesia | 2 |
| Tabel 2.1 : Persamaan Dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Saat ini | 18 |
| Tabel 2.2 : Manfaat Merek Bagi Produsen dan Konsumen | 21 |
| Tabel 3.1 : Pengukuran Faktor Psikologis | 38 |
| Tabel 3.2 : Kisi – kisi kuisioner | 38 |
| Tabel 4.1 : Kategori rata – rata (mean) Variabel Bebas dan Terikat | 52 |
| Tabel 4.2 : penilaian Variabel Persepsi Kualitas | 52 |
| Tabel 4.3 : Penilaian Variabel Kesadaran Merek | 53 |
| Tabel 4.4 : Penilaian Variabel Asosiasi Merek | 54 |
| Tabel 4.5 : Penilaian Variabel Loyalitas Merek | 56 |
| Tabel 4.6 : Penilaian Variabel Word of Mouth | 57 |
| Tabel 4.7 : Penilaian Variabel keputusan Pembelian | 58 |
| Tabel 4.8 : Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Kecil | 59 |
| Tabel 4.9 : Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Besar | 60 |
| Tabel 4.10 : Hasil Analisis Regresi | 61 |
| Tabel 4.11 : Koefisien Determinasi | 64 |
| Tabel 4.12 : Hasil Uji t / Parsial | 65 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|--|---------|
| Gambar 2.1 : Kerangka Penelitian Abadi. <i>et al</i> | 13 |
| Gambar 2.2 : Kerangka Penelitian Rojniruttikul. <i>et al</i> | 16 |
| Gambar 2.3 : Kerangka Penelitian Ahmad M. Zamil | 18 |
| Gambar 2.4 : Dimensi Ekuitas Merek | 22 |
| Gambar 2.5 : Kerangka Penelitian Venny Agustine | 31 |
| Gambar 4.1 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 48 |
| Gambar 4.2 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 48 |
| Gambar 4.3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan | 49 |
| Gambar 4.4 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan | 50 |



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuisisioner Penelitian
- Lampiran 2 : Tabulasi Data Sampel Kecil dan Besar
- Lampiran 3 : Deskriptif responden
- Lampiran 4 : Uji rata – rata
- Lampiran 5 : Validitas Sampel Kecil dan Sampel Besar
- Lampiran 6 : Reliabilitas Sampel Kecil dan Sampel Besar
- Lampiran 7 : Uji t



The Effect of Brand Equity and Word of Mouth on Purchase Decision of Wimcycle Bike in Surabaya

Venny Agustine

STIE Perbanas Surabaya

2010210743

vennyagustine01@gmail.com

Jl. Nginden Semolo 34 – 36 Surabaya

ABSTRACT

Surabaya is a city that has a large population with a great economy in Indonesia. Many industries count to empower the image of this city. One of companies is cycle manufacturer of wimcycle. This makes the researchers interested to studying about the power of brand owned by Wimcycle in the minds of consumers in the city of Surabaya. This study focused on the influence of the brand equity and word of mouth on consumer buying behavior Wimcycle Bike in Surabaya.

The data obtained through methods studied distributing questionnaires to 90 customer Wimcycle in the city of Surabaya, sampling techniques using non-probability sampling and purposive sampling techniques. The analysis used multiple regression analysis, while the stages are validity, reliability test, t-test, coefficient determination partial and regression analysis.

The result in this study is variable Perceived quality, Brand awareness, Brand Association, Brand Loyalty and Word of Mouth influential not significantly to decision variables product purchasing decisions wimcycle.

Key-word : Brand Equity, Perceived Quality, Brand Awareness, Brand Association, Brand Loyalty, word of mouth, purchase decision.