

**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
(STUDY PADA SMARTPHONE APPLEDI SURABAYA)**

S K R I P S I

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Program Pendidikan Strata Satu
Jurusan Manajemen



Oleh:

ORISNAWAN FIRMANULLAH

NIM : 2012210164

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

2016

**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN
(STUDY PADA SMARTPHONE APPLE DI SURABAYA)**

Diajukan oleh :

ORISNAWAN FIRMANULLAH

2012210164

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,
Tanggal : 14-03-2016


(Dr. Soni Harsono., Drs., M.Si)

SKRIPSI
PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN
(STUDY PADA SMARTPHONE APPLE DI SURABAYA)

Disusun Oleh :

ORISNAWAN FIRMANULLAH

NIM : 2012210164

Di pertahankan didepan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
Pada Tanggal : 23 februari 2016

Tim Penguji

Ketua : Dr. Ronny, S.Kom., M.Kom., MH.

Sekretaris : Dr. Soni Harsono., Drs., M.Si

Anggota : Prof. Dr. Tatik Suryani, Psi. MM.

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Orisnawan Firmanullah
Tempat, Tanggal Lahir : Kupang, 21 November 1992
N.I.M : 2012210164
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Study pada Smartphone Apple di Surabaya)

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Studi Strata 1 Manajemen,

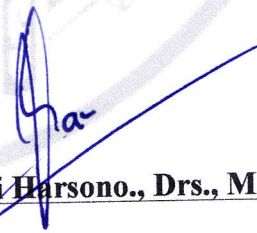
Dosen Pembimbing,

Tanggal : 14-03-2016

Tanggal : 14-03-2016



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



(Dr. Soni Harsono., Drs., M.Si)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

It,s okay to be crazy, but no space for stupidity

Terima Kasih dan syukur Alhamdulillah untuk Allah SWT dengan ini saya persembahkan untuk :

- **Orang Tua saya dan Calon Mertua saya untuk doanya.**
- **Dosen pembimbing, Bapak Dr Soni Harsono dan Dosen wali IbuDra. Ecaniek Machuda Ilfitriah, Msi untuk bimbingan dan tuntunannya.**
- **Wanita kesayangan saya Yuli Ratna Sari untuk waktu dan hari – harinya menemani saya I love you.**
- **Kelvin Helio Archa yang sudah mati matian membantu saya.**
- **Teman –Teman yang sudah membantu saya menguatkan saya untuk mengerjakan sebaik dan sesempurna mungkin karena tanpa mereka saya tidak seperti ini.**

KATA PENGANTAR

Syukur alhamdulillah kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Apple di Surabaya” dapat terselesaikan.

Adapun tujuan penulisan skripsi ini adalah dalam rangka memenuhi salah satu syarat penyelesaian program pendidikan sarjana strata satu (S1) Jurusan Manajemen Pemasaran STIE Perbanas Surabaya.

Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan tidak lepas dari bantuan baik dari berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Lutfi, S.E., M.Fin. selaku Ketua STIE Perbanas Surabaya.
2. Ibu Dr. Muazaroh, S.E., M.T. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen.
3. Ibu Aniek Maschudah Ilfitriah, M.Si. selaku Dosen Wali.
4. Bapak Dr. Soni Harsono., Drs., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulisan skripsi saya dengan penuh kesabaran dan keuletan.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan penulis berharap penulisan skripsi ini dapat menambah pengetahuan penulis serta bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 18 Januari 2016

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN LULUS UJIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK/RINGKASAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.5. Sistematika Penulisan Skripsi	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Penelitian Terdahulu	8
2.2. Landasan Teori	15
2.3. Kerangka Penelitian	27
2.4. Hipotesis Penelitian	27
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1. Rancangan Penelitian	29
3.2. Batasan Penelitian	29
3.3. Identifikasi Variabel	30
3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	31
3.5. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	33
3.6. Instrumen Penelitian	35
3.7. Data dan Metode Pengumpulan Data	36
3.8. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	37
3.9. Teknik Analisis Data	38
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	46
4.1. Gambaran Subyek Penelitian	46
4.2. Analisis Data	51
4.3. Pembahasan.....	71
BAB V PENUTUP	76

5.1. Kesimpulan	77
5.2. Keterbatasan	77
5.3. Saran	78

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang.....	13
Tabel 3.1 Kisi-Kisi Pertanyaan Kuesioner	35
Tabel 3.2 Nilai Durbin Watson.....	40
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Sampel Kecil.....	47
Tabel 4.2 Hasil Uji Realibilitas Instrumen Penelitian Sampel Kecil.....	48
Tabel 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
Tabel 4.4 Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4.5 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4.6 Tabel Interval Class	52
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kesadaran Merek.....	53
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Kualitas.....	54
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Asosiasi Merek	56
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kesetiaan Merek	57
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	59
Tabel 4.12 Hasil Analisis Uji Multikolinearitas	61
Tabel 4.13 Hasil Analisis Uji Autokorelasi.....	62
Tabel 4.14 Nilai Durbin Watson.....	62
Tabel 4.15 Hasil Analisis Uji Heterokedastisitas	63
Tabel 4.16 Hasil Analisis Uji Normalitas	64
Tabel 4.17 Koefisien Regresi Linier Berganda	65
Tabel 4.18 Hasil Analisis Uji Simultan (Uji F).....	67
Tabel 4.19 Koefisien Determinasi Simultan	68
Tabel 4.20 Hasil Analisis Uji Parsial (Uji t).....	69
Tabel 4.21 Koefisien Determinasi Parsial.....	70

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Albert Soebianto (2014)	9
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Deby Susanti Sudarsono (2013).....	11
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran Pornnarat Boonwanna (2014)	12
Gambar 2.4 Model Lima Tahap Proses Pembelian Konsumen	23
Gambar 2.5 Kerangka Pemikiran.....	27



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Tabulasi Data
Lampiran 3	Analisis Deskriptif
Lampiran 4	Uji Validitas dan Realibilitas
Lampiran 5	Uji Asumsi Klasik
Lampiran 6	Uji Regresi Linier Berganda
Lampiran 7	Tabel Durbin Watson



Brand Equity Affecting Purchasing Decision Process of Smartphone Apple in Surabaya

OrisnawanFirmanullah

STIE Perbanas Surabaya

Email :2012210164@students.perbanas.ac.id

ABSTRACT

This study will be based-research by the intense competition in the Smartphone industry. As an example of Apple's Smartphone products, where these products are experiencing an increase in the purchase price while increasing dollars compared with other products. The research was distributed by the intense competition in the Smartphone industry. As an example of Apple's Smartphone products, this product is undergoing a guardian purchases when the price of the dollar increased compared to other products. The objectives of this study were (1) to study the level of the purchasing decision process of Smartphone Apple in Surabaya, and (2) to study the brand equity affecting the purchasing decision process of Smartphone Apple in Surabaya. Data were obtained from the surveys given to 100 customers who purchase Smartphone Apple in Surabaya. Accidental Sampling method was used to collect data. Data analysis was performed by using a statistical program. Statistics used in the study purposive sampling and regression analysis was used to test the hypothesis. The results of this study can be concluded as follows that brand awareness, brand association, and brand loyalty positively affect but has no significant affect on purchasing decisions, while perceived quality has negative affect but has no significant affect on purchasing decision.

Keywords: brand awareness, perceived quality, brand association, brand loyalty, purchasing decision