

**PENGARUH EKUITAS MEREK, KUALITAS PRODUK DAN  
KEAKRABAN MEREK TERHADAP NIAT PEMBELIAN  
SEMEN GRESIK DI SIDOARJO**

**SKRIPSI**

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



Oleh :

**EXIST HIDAYATULLAH**

**NIM : 2014210544**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
S U R A B A Y A  
2018**

**PENGARUH EKUITAS MEREK, KUALITAS PRODUK DAN  
KEAKRABAN MEREK TERHADAP NIAT PEMBELIAN  
SEMEN GRESIK DI SIDOARJO**



Diajukan oleh :

**EXIST HIDAYATULLAH**

**NIM : 2014210544**

Skripsi ini telah dibimbing  
Dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,  
Tanggal : .....

**(Dr. Basuki Rachmat, S.E., M.M.)**

SKRIPSI

**PENGARUH EKUITAS MEREK, KUALITAS PRODUK DAN  
KEAKRABAN MEREK TERHADAP NIAT PEMBELIAN  
SEMEN GRESIK DI SIDOARJO**

Disusun oleh

**EXIST HIDAYATULLAH**

**NIM : 2014210544**

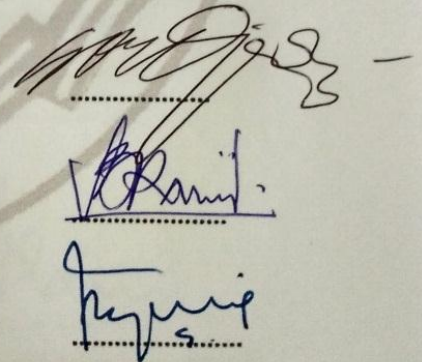
Dipertahankan didepan Tim Penguji  
Dan di nyatakan Lulus Ujian Skripsi  
Pada tanggal .....

Tim Penguji

Ketua : (Dr. Yudi Sutarso, S.E., M.Si)

Sekretaris : (Dr. Basuki Rachmat, S.E., M.M)

Anggota : (Emma Yulianti, S.E., M.M)



Three handwritten signatures are present on the right side of the page, corresponding to the roles of Ketua, Sekretaris, and Anggota. Each signature is written in blue ink and is positioned above a dotted line.

**PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama : Exist Hidayatullah  
Tempat, Tanggal Lahir : Lamongan, 12 November 1995  
N.I.M : 2014210544  
Program Studi : Manajemen  
Program Pendidikan : Sarjana  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
J u d u l : Pengaruh Ekuitas Merek, Kualitas Produk, dan Keakraban Merek terhadap Niat Pembelian Semen Gresik di Sidoarjo

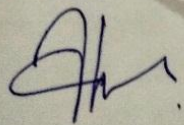
**Disetujui dan diterima baik oleh :**

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen

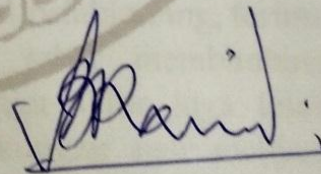
Dosen Pembimbing,

Tanggal : .....

Tanggal : .....



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



**(Dr. Basuki Rachmat, MM.)**

# **MOTTO**

Failure is another steppingstone to greatness

(Oprah Winfrey)

## **PERSEMBAHAN**

Puji Syukur kepada Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW, atas rahmat dan karunia-Nya saya dapat menyelesaikan karya yang saya buat dengan kesabaran, ketekunan, dan kesehatan yang diberikan

Karya tulis ini saya persembahkan kepada:

Terima kasih untuk kedua orang tua saya yang tidak pernah lelah untuk memberikan dorongan motivasi, dan Doa yang tidak ada hentinya demi anaknya tercinta agar cepat menyelesaikan kuliah dan tugas akhir ini tepat waktu dan lulus dengan nilai yang baik. Semoga dengan gelar sarjana ini nantinya saya dapat membuat kedua orang tua saya bangga dan saya dapat menjadi anak yang berbakti sampai kapan pun. Love You mom and dad.

Untuk om, tante dan Tiwi Ika Wulandari terima kasih atas semangat dan doa yang telah diberikan kepada saya dan telah membantu proses tugas akhir saya ini sehingga selesai tepat pada waktunya.

Untuk bapak Basuki Rachmat selaku dosen pembimbing, terima kasih banyak karena telah dengan sabar membimbing pengerjaan skripsi saya dari awal hingga akhir juga telah memberikan masukan, nasihat serta dukungan agar menjadi pribadi yang lebih baik, semoga ilmu yang bapak berikan terus bermanfaat bagi saya di masa depan.

Untuk teman teman seperjuangan sejak awal semester, Hendra, Lintar, Ropek, Gandhi, Imam, Udin, Wildan, Qurtuby, Prastyo.

Terima kasih telah menemani perjalanan selama ini sampai lulus bersama dalam suka maupun duka menjadi mahasiswa STIE Perbanas dan untuk teman sejak kecil dan teman ngopi Agus, fajar, Irham, Didit, Fauzul. Terima kasih untuk kalian yang telah memberikan warna dalam kehidupan ku ini.

Semoga Allah SWT selalu memberikan rahmat dan hidayah-Nya dan selalu memberikan yang terbaik kepada kita semua dan semoga setiap kebaikan, doa dan motivasi yang kita lakukan untuk orang lain nantinya dapat kembali kepada kita sebagai mukjizat yangn indah.



Sincerely,

Exist Hidayatullah

## **KATA PENGANTAR**

Segala Puji Syukur dipanjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, sehingga atas Rahmat serta kasih sayang-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat penyelesaian Program Pendidikan Strata Satu Jurusan Manajemen, dengan judul “Pengaruh Ekuitas Merek, Kualitas Produk dan Keakraban Merek terhadap Niat Beli Semen Gresik di Sidoarjo” ini terselesaikan tepat pada waktunya.

Dalam penyusunan penelitian ini, peneliti mendapat bantuan dan bimbingan dari banyak pihak, pada kesempatan ini peneliti dengan penuh rasa hormat mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Basuki Rachmat, MM. Selaku dosen pembimbing dalam pembuatan skripsi yang telah memberi arahan maupun masukan selama pengerjaan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Muazaroh, SE., M.T. Selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ekonomi Perbanas Surabaya.
3. Bapak Lutfi, SE., M.fin. Selaku ketua Sekolah Tinggi Ekonomi Perbanas Surabaya
4. Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabayayang selalu sabar dan ikhlas memberikan ilmu kepada penulis selama proses pembelajaran.
5. Bapak dan Ibu saya yang selalu mendukung dan mendoakan saya sejak awal sampai akhir.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, semoga skripsi ini dapat bermanfaat dalam menambah wawasan.

Surabaya, 10 Agustus 2018

Peneliti



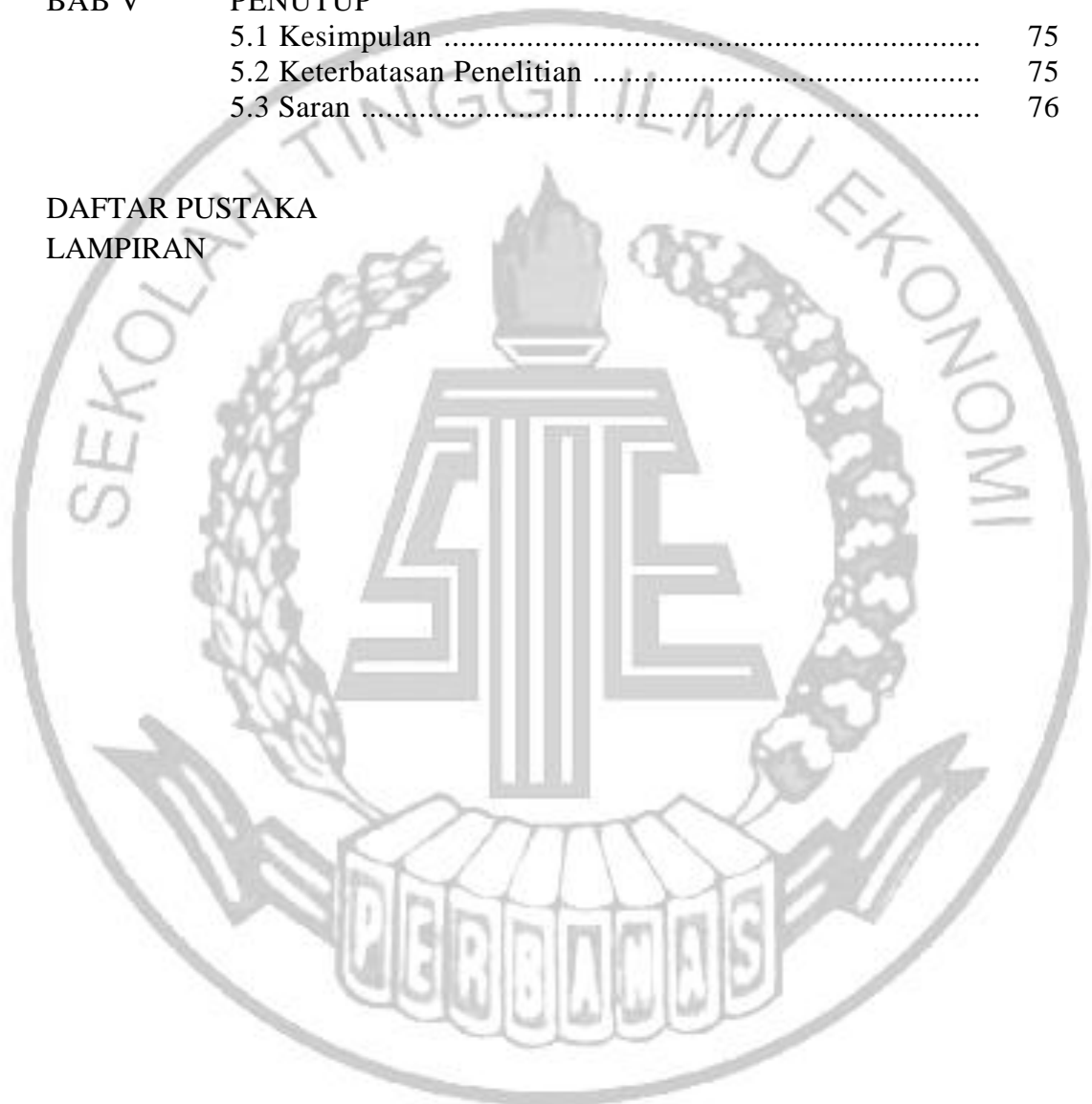


## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP UJI .....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO & PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
ABSTRACT.....	xv
<b>BAB I</b> <b>PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penulisan .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.5 Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB II</b> <b>TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
2.2 Landasan Teori .....	17
2.3 Kerangka Pemikiran .....	27
2.4 Hipotesis Penelitian .....	28
<b>BAB III</b> <b>METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Rancangan Penelitian .....	29
3.2 Batasan Penelitian .....	29
3.3 Identifikasi Variabel .....	30
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	30
3.5 Instrumen Penelitian .....	34
3.6 Populasi, Sampel, Dan Teknik Pengambilan Sampel .....	36
3.7 Data Dan Metode Pengumpulan Data .....	38
3.8 Uji Validitas Dan Uji Realibilitas .....	39
3.9 Teknik Analisis Data .....	41

BAB IV	GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	
	4.1 Gambaran Subyek Penelitian .....	47
	4.2 Analisis data .....	53
	4.3 Pembahasan .....	70
BAB V	PENUTUP	
	5.1 Kesimpulan .....	75
	5.2 Keterbatasan Penelitian .....	75
	5.3 Saran .....	76

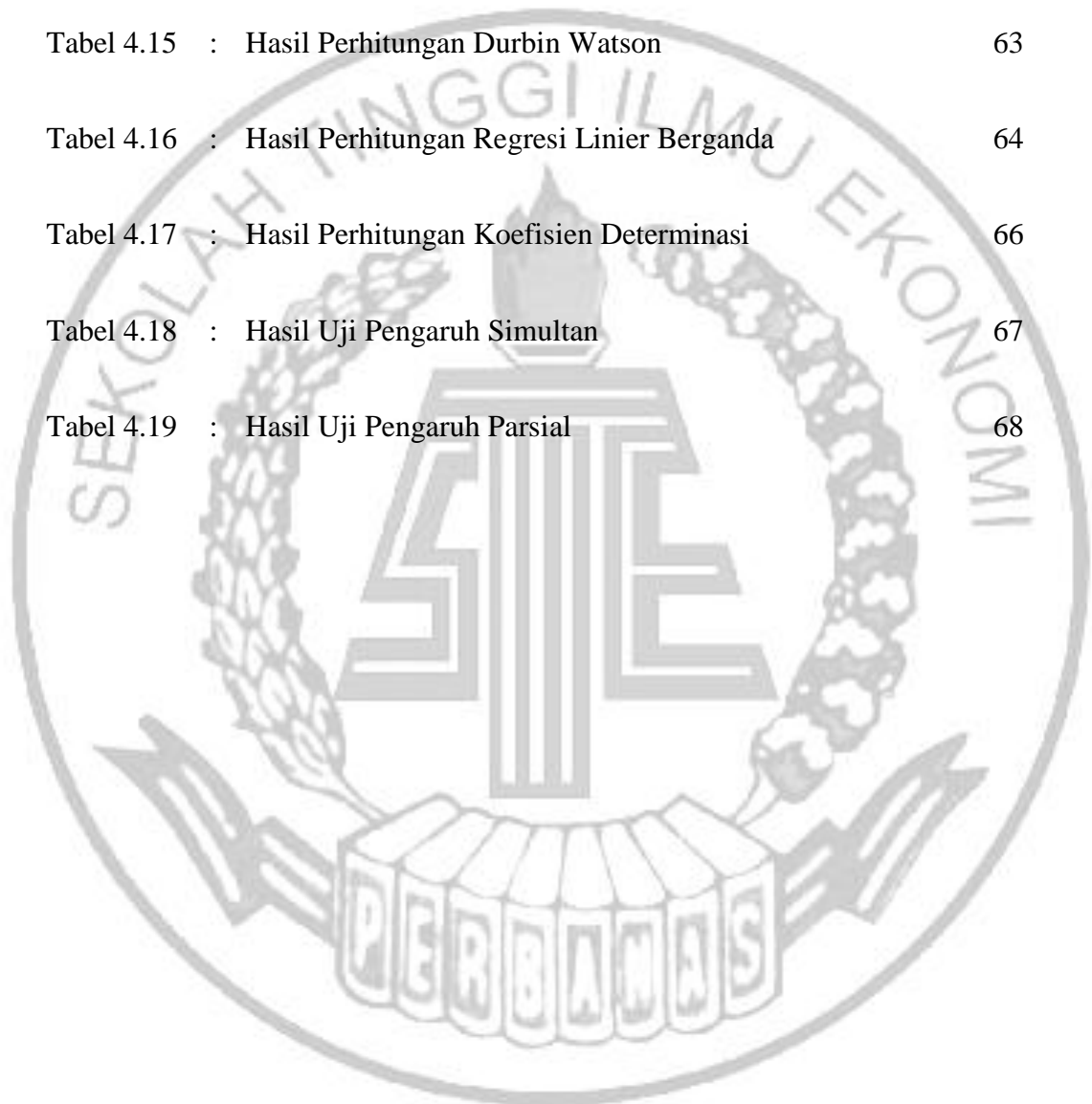
DAFTAR PUSTAKA  
LAMPIRAN



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 : Top Brand Index Semen di Indonesia 2016-2017	3
Tabel 2.1 : Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang	16
Tabel 3.1 : Tabel Interval Kelas	34
Tabel 3.2 : Kisi-Kisi Kuesioner	35
Tabel 3.3 : Nilai Durbin Watson	44
Tabel 4.1 : Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4.2 : Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
Tabel 4.3 : Responden berdasarkan Pendapatan	49
Tabel 4.4 : Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel 4.5 : Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	52
Tabel 4.6 : Interval Kelas Variabel	53
Tabel 4.7 : Tanggapan Responden Terhadap Ekuitas Merek	54
Tabel 4.8 : Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk	55
Tabel 4.9 : Tanggapan Responden Terhadap Keakraban Merek	56
Tabel 4.10 : Tanggapan Responden Terhadap Niat Pembelian	57
Tabel 4.11 : Hasil Uji Validitas	58

Tabel 4.12	: Hasil Uji Reliabilitas	60
Tabel 4.13	: Hasil Perhitungan Normalitas Data	62
Tabel 4.14	: Hasil Perhitungan Multikolinieritas	62
Tabel 4.15	: Hasil Perhitungan Durbin Watson	63
Tabel 4.16	: Hasil Perhitungan Regresi Linier Berganda	64
Tabel 4.17	: Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi	66
Tabel 4.18	: Hasil Uji Pengaruh Simultan	67
Tabel 4.19	: Hasil Uji Pengaruh Parsial	68



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 ..: The Impact of Brand Equity on Purchase Intentions with Moderating Role of Subjective Norms	10
Gambar 2.2 : The Influence of Country of Orifin on Consumer Purchase Intention: The Mobile Phones Brand from China	12
Gambar 2.3 : Pengaruh Harga Diskon, Kualitas Produk, Citra Merek, Iklan terhadap Niat Beli Celana Jeans Levi's di Surabaya	14
Gambar 2.4 : Kerangka Penelitian Pengaruh Ekuitas Merek, Kualitas Produk, Dan Keakraban Merek Terhadap Niat Pembelian Semen Gresik Di Sidoarjo	27
Gambar 4.1 : Kategori Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Gambar 4.2 : Kategori Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
Gambar 4.3 : Kategori Responden Berdasarkan Pendapatan	50
Gambar 4.4 : Kategori Responden Berdasarkan Usia	51
Gambar 4.5 : Kategori Responden Berdasarkan Pendidikan	52

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Tabulasi Responden
- Lampiran 3 : Tabulasi Data
- Lampiran 4 : Perhitungan Responden
- Lampiran 5 : Perhitungan Tanggapan
- Lampiran 6 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas (Sampel kecil)
- Lampiran 7 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas (Sampel besar)
- Lampiran 8 : Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 9 : Hasil Regresi Linier Berganda



***INFLUENCE OF BRAND EQUITY, PRODUCT QUALITY, AND  
BRAND FAMILIARITY ON PURCHASE INTENTION OF  
SEMEN GRESIK IN SIDOARJO***

**Exist Hidayatullah**

**2014210544**

**STIE PERBANAS SURABAYA**

Email : [2014210544@students.perbanas.ac.id](mailto:2014210544@students.perbanas.ac.id)

***ABSTRACT***

*The purpose of this research is to analyze the influence of brand equity, product quality, and brand familiarity on purchase intention of semen Gresik in Sidoarjo. According to the population characteristics, sample used in this research is amount 74 person for each research object. This research used quantitative approach by use primary data obtained by spreading questionnaire to research respondent. While data analysis in this research done by multiple linier regresion analysis method by IBM SPSS Statistics 25 computer program. From the reseacrh hypotesis testing know that brand equity partially has a significant effect on purchase intention, while product quality has an effect on purchase intention, while brand familiarity has a significant effect on purchase intention. Simultaneously, brand equity, product quality, and brand familiarity had significant effect on purchase intention.*

*Keywords: brand equity, product quality, brand familiarity and purchase intention*