

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS YANG DIRASA, TERHADAP
EKUITAS MEREK YANG MEMBUAT KONSUMEN MELAKUKAN
PEMBELIAH ULANG TEH PUCUK HARUM DI SURABAYA**

SKRIPSI

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



Oleh :

ANDRA ANSHORI
2012210277

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2016

**PENGARUH CTTDA MEREK, KUALITAS YANG DIRASA, TERHADAP
EKUITAS MEREK YANG MEMBUAT KONSUMEN MELAKUKAN
PEMBELIAN ULANG TEH PUCUK HARUM DI SURABAYA**

SKRIPSI

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



Oleh :

ANDRA ANSHORI
NIM. 2012210277

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2016**

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS YANG DIRASA TERHADAP
EKUITAS MEREK YANG MEMBUAT KONSUMEN MELAKUKAN
PEMBELIAN UANG TEH PUCUK HARUM DI SURABAYA

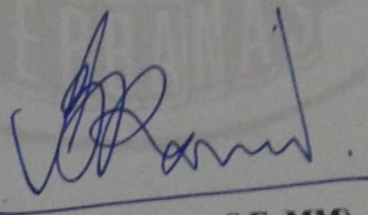
Diajukan oleh :

ANDRA ANSHORI

NIM : 2012210277

Skripsi ini telah dibimbing
Dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,
Tanggal : 19-10-2016



(Dr. Basuki Rahmat, S.E.,MM)

SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS YANG DIRASA TERHADAP EKUITAS MEREK YANG MEMBUAT KONSUMEN MELAKUKAN PEMBELIAN UANG TEH PUCUK HARUM DI SURABAYA

Disusun oleh

ANDRA ANSHORI

2012210277

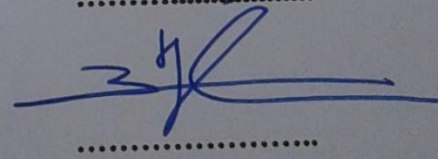
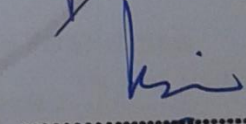
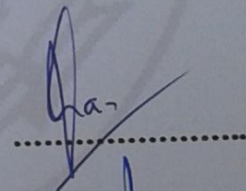
Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal *27-08-2016*

Tim Penguji

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

Sekretaris : Laila Saleh Marta', S.Psi, M, MT.

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



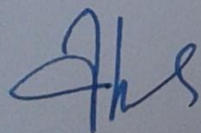
PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Andra Anshori
Tempat, Tanggal Lahir : Lamongan, 30 November 1994
N.I.M : 2012210277
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1
Kosentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : pengaruh citra merek, kualitas yang dirasa terhadap ekuitas merek yang membuat konsumen melakukan pembelian ulang teh pucuk harum di Surabaya.

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Sarjana Manajemen,

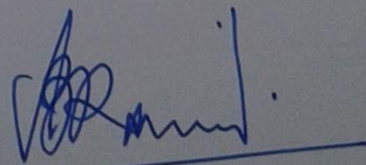
Tanggal : 21/10/2016



(Dr. Muazaroh, S.E., MT)

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 19/10/2016



(Dr. Basuki Rachmat, S.E., MM)

MOTTO



SKRIPSI INI SAYA PERSEMBAHKAN KEPADA

Pertama - tama terima kasih kepada ALLAH SWT karena telah memberikan kesehatan dan umur panjang sehingga saya bisa menyelesaikan SKRPSI ini dengan baik dan tepat waktu. Saya bersyukur masih bisa menyelesaikan meski banyak rintangan yang menghadang.

Skripsi ini saya persembahkan teruntuk KeDua orang tua saya, terima kasih banyak Ibu dan Ayah yang selama ini sudah banyak berkorban untuk saya, yang selalu menjadi penyemangat dan motivasi saya untuk selalu bisa menjadi yang lebih baik dari sebelumnya. Terima kasih banyak Ibu Ayah untuk semuanya doa-doa dan untuk semua yang sudah dikorbankan untuk saya sampai detik ini.

Untuk orang terdekat yang ada di Surabaya, yang saya anggap sebagai orang tua kedua saya. Terima kasih kepada cak ron, Bu lek, Pak Yanto, Lukman (terangbulanmini). Terima kasih atas semangat dan motivasi yang diberikan.

Untuk alin, nate, dan felis. Ini bukti kalau saya bisa menyelesaikan hehe, makasih atas bantuannya, atas supportnya, atas peningatnya. Makasih banget.

Untuk sahabat, akhirnya kita bisa wisuda bareng. Andik, danang, meski ardo sudah wisuda tidak apa-apa sukses buat kalian semua. Terima kasih atas semuanya

Buat teman-teman kosan opik, hoo, kriwul, danang(kondom), mas hery, dan edo terima kasih atas semangat dan canda tawanya. Terimakasih sebanyak-banyaknya juga buat dosen wali pak mongid, dosen pembimbing pak bai yang telah membimbing saya dan akhirnya jadi skripsi saya pak, terimakasih untuk dosen penguji pak rony dan pak sony atas acc yang sudah diberikan.

Teman-teman seperjuangan (Angkatan 2012)Terima kasih teman-temanku yang juga sudah memberi semangat, sama - sama berjuang buat nyelesaikan tugas akhir hingga selesai. Semoga kita sama- sama sukses.

*Dan yang terakhir buat kamu LILLA QHURUNIN terimakasih
yang selalu, selalu, dan selalu nemenin sampai akhir
terimakasih buanyaaak ya buat semuanya ♥♥♥*



KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur atas rahmat dan ridho Allah SWT yang telah memberikan kekuatan, kemampuan serta kemudahan sehingga penulis berhasil dalam menyusun skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Yang Dirasa Terhadap Ekuitas Merek Yang Membuat Konsumen Melakukan Pembelian Teh Pucuk Harum Di Surabaya”**.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk penyelesaian Program Sarjana Jurusan Manajemen Kosentrasi Pemasaran STIE Perbanas Surabaya.

Pada kesempatan ini, penulis diperkenankan untuk menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya pada semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini,

1. Dr. Lutfi, SE, M.Fin. Selaku Ketua STIE Perbanas Surabaya.
2. Dr. Muazaroh. SE .MT. Selaku Ketua Jurusan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
3. Dr. Drs. Abdul Mongid, M.A. Selaku Dosen wali yang selalu membimbing saya dari awal sampai akhir.
4. Dr. Basuki Rachmat, SE., MM. Selaku Dosen pembimbing yang selalu memberikan pengarahan kepada penulis sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang selalu sabar dan ikhlas memberikan ilmu kepada penulis selama proses pembelajaran.

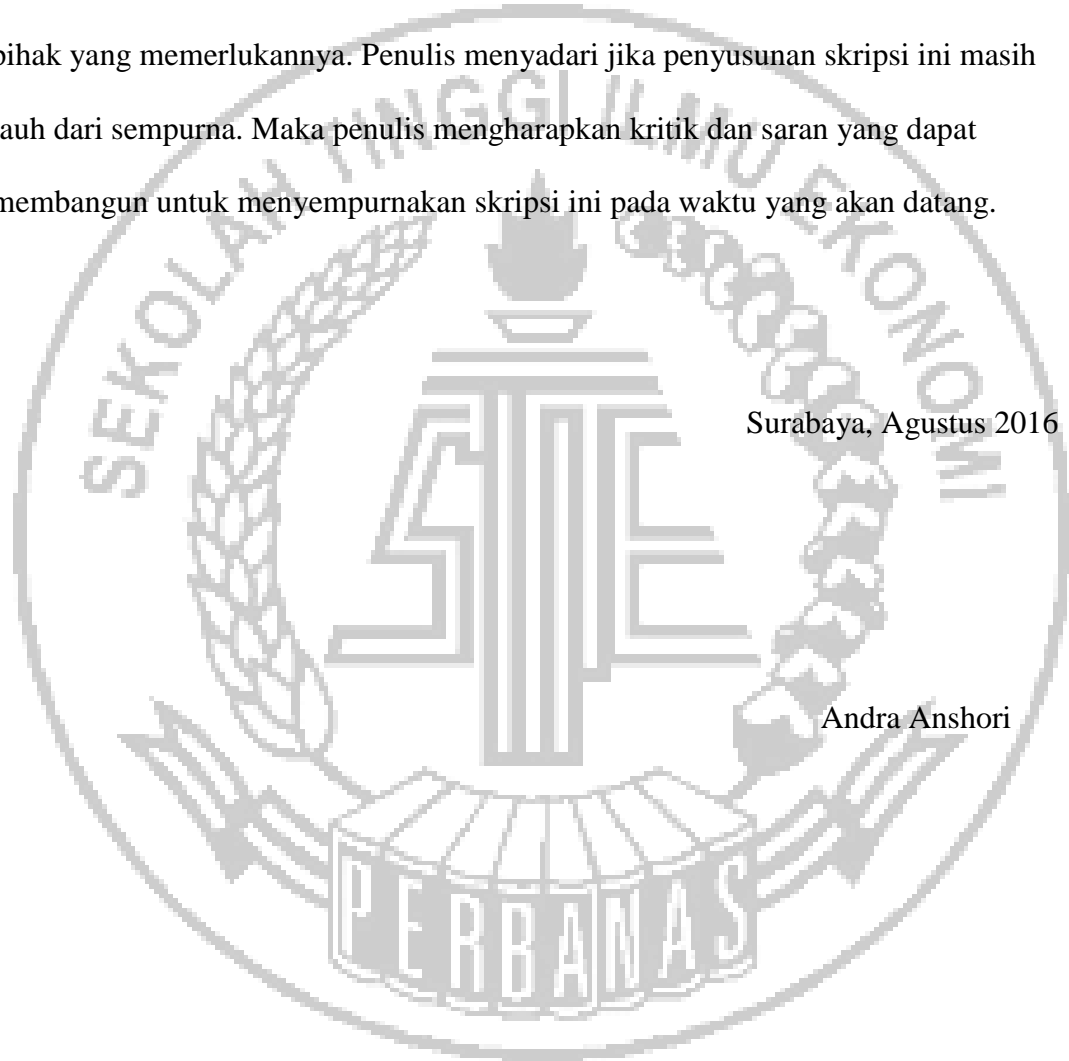
6. Kepada kedua orang tua saya yang senantiasa memberikan semangat dan dukungan untuk perkuliahan saya.

7. Kepada teman-teman yang selalu membantu dan memberi masukan

Penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi semua pihak yang memerlukannya. Penulis menyadari jika penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Maka penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun untuk menyempurnakan skripsi ini pada waktu yang akan datang.

Surabaya, Agustus 2016

Andra Anshori



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DI UJI.....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO & PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori.....	16
2.3 Hubungan Antar Variabe.....	22
2.4 Kerangka Pemikiran.....	25
2.5 Hipotesis Penelitian.....	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Rancangan Penelitian.....	27
3.2 Batasan Penelitian.....	28
3.3 Identifikasi Variabel.....	28
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	29
3.5 Intrumen Penelitia.....	34
3.6 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	35
3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data.....	37

3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas instrument penelitian	37
3.9 Teknik Analisis Data	39

BAB IV GAMBARAN SUBJEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

4.1 Gambaran Subjek Penelitian.....	46
4.2 Karakteristik Responden.....	46
4.3 Analisis Data.....	49
4.4 Pembahasan	72

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	75
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	76
5.3 Saran	76

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel2.1: Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Saat Ini	14
Tabel3.1: Interval Kelas	32
Tabel3.2: Instrumen Penelitian.....	33
Tabel4.1: Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	48
Tabel4.2: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel4.3: Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Konsumsi	49
Tabel4.4: <i>Interval Class</i>	51
Tabel4.5: Tanggapan Responden Terhadap Citra Merek	51
Tabel4.6: Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Yang Di Rasa	52
Tabel4.7: Tanggapan Responden Terhadap Ekuitas Merek	53
Tabel4.8: Tanggapan Responden Terhadap Pembelian Ulang	53
Tabel4.9: Hasil Uji Validitas Sampel Kecil.....	55
Tabel4.10: Hasil Uji Validitas Sampel Besar	56
Tabel4.11: Hasil Uji Reliabilitas Sampel Kecil	57
Tabel4.12: Hasil Uji Reliabilitas Sampel Besar.....	58
Tabel4.13: Nilai <i>Variance Inflation</i> Faktor Dan Nilai Dilihat Dari Hubungan Antara Citra Merek Dan Kualitas Yang Dirasa Terhadap Ekuitas Merek	61
Tabel4.14: Nilai <i>Variance Inflation</i> Faktor Dan Nilai Dilihat Dari Hubungan Antara Ekuitas Merek Terhadap Pembelian Ulang.....	62
Tabel4.15: Kreteria Metode Durbin Watson.....	62

Tabel4.16: Hasil Uji Autokolerasi Melihat Hubungan Antara Citra Merek dan Kualitas Yang Dirasa Terhadap Ekuitas Merek	63
Tabel4.17: Hasil Uji Autokolerasi Melihat Hubungan Antara Ekuitas Merek Terhadap Pembelian Ulang	63
Tabel4.18: Hasil Regresi Hubungan Antara Citra Merek Dan Kualitas Yang Dirasa Terhadap Ekuitas Merek	66
Tabel4.19: Hasil Regresi Hubungan Antara Akuitas Merek Terhadap Pembelian Ulang	67
Tabel4.20: Hasil Signifikan Parsial (Uji T) Melihat Hubungan Antara Citra Merek Dan Kualitas Yang Dirasa Dengan Ekuitas Merek.....	68
Tabel4.21: Uji Signifikan Parsial (Uji T) Melihat Hubungan Antara Ekuitas Merek Dengan Pembelian Ulang.....	69
Tabel4.22: Uji Statistika F Melihat Hubungan Antara Citra Merek Dan Kualitas Yang Dirasa Terhadap Ekuitas Merek	70
Tabel4.23: Uji Statistika F Melihat Hubungan Antara Ekuitas Merek Terhadap Pembelian Ulang	71
Tabel4.24: Uji Koefisien Determinan (R) Melihat Hubungan Antara Citra Merek Dan Kualitas Yang Dirasa Terhadap Ekuitas Merek	72
Tabel 4.25: Uji Koefisien Determinan (R) Melihat Hubungan Antara Ekuitas Merek Dan Pembelian Ulang.....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1: <i>Market Share</i> Teh Pucuk.....	2
Gambar 2.1: Kerangka Pemikiran: Nguyen Ngoc dan Thanh 2011	9
Gambar 2.2: Kerangka Pemikiran: Erfan Saveri & Kwek Choon Ling 2013.....	11
Gambar 2.3: Kerangka Pemikiran :Gaton Iwan dan Ivan Diryana 2015	13
Gambar 2.4: Kerangka Pemikiran.....	24
Gambar 3.1: Uji T	42
Gambar 3.2: Uji F	43
Gambar 4.1: Uji Normalitas Hubungan Antara Citra Merek Dan Kualitas Yang Dirasa Terhadap Ekuitas Merek.....	59
Gambar 4.2: Uji Normalitas Hubungan Antara Ekuitas Merek Terhadap Pembelian Ulang	60
Gambar 4.3: Uji Heteroskedasititas Melihat Hubungan Antara Citra Merek Dan Kualitas Yang Dirasa Terhadap Ekuitas Merek.....	64
Gambar 4.4: Uji Heteroskedasititas Melihat Hubungan Antara Ekuitas Merek Terhadap Pembelian Ulang.....	64

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Tabulasi Data Responden
- Lampiran 3 : Hasil Output SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel
Kecildan Sampel Besar
- Lampiran 4 : Hasil Output SPSS Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 5 : Hasil Output SPSS Regresi Linier Berganda
- Lampiran 6 : Hasil Output SPSS Pengujian Hipotesis



THE EFFECT OF BRAND IMAGE, PERCEIVED QUALITY, TO BRAND EQUITY ON CONSUMER THAT MAKE PURCHASES DO REPEAT TEH PUCUK HARUM IN SURABAYA

ANDRA ANSHORI
STIE Perbanas Surabaya

Email : 2012210277@students.perbanas.ac.id

Jl. Nginden V/67 Surabaya

ABSTRACT

Re-purchase is very important for companies to seek as much profit as possible . This study aims to determine whether the brand image , perceived quality , and brand ekuita significant impact on repeat purchases . This study uses the entire population of Surabaya, which has been taking tea bud fragrant as respondents . Sempel retrieval techniques in use in this study was convenience sampling . The sample used by 74 respondents . Data were collected through a questionnaire survey . And for this study data analysis using SPSS 20.0 . the results obtained from this study explains that the brand image no effect on brand equity as a mediating variable while the quality is deemed significant effect on the brand equity into a mediating variable to purchase again.

Keywords : Brand Image , Perceived Quality , Brand Equity , And Re-Purchase