PENGARUH IKLAN TERHADAP EKUITAS MEREK MELALUI MEDIASI KUALITAS YANG DIRASA NASABAH BANK RAKYAT INDONESIA DI SURABAYA

SKRIPSI

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

Oleh :

BEY IEDHAM HARRIS
NIM : 2009210149

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2015

PENGARUH IKLAN TERHADAP EKUITAS MEREK MELALUI MEDIASI KUALITAS YANG DIRASA NASABAH BANK RAKYAT INDONESIA DI SURABAYA

Diajukan oleh:

BEY IEDHAM HARRIS

NIM : 2009.210.149

Skripsi ini telah dibimbing

dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 15 Januari 2015

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

SKRIPSI

PENGARUH IKLAN TERHADAP EKUITAS MEREK MELALUI MEDIASI KUALITAS YANG DIRASA NASABAH BANK RAKYAT INDONESIA DI SURABAYA

Disusun oleh :

BEY IEDHAM HARRIS

NIM : 2009210149

Dipertahankan di depan Tim Penguji dan
dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal 13 Februari 2015

Tim Penguji

Ketua	:	Dra.Ec. Aniek Maschudah Ilfitriah M.	.....
Sekretaris	:	Emma Yulianti S.E.,M.M.	.....
Anggota	:	Dra. Tjahjani Prawitowati, M.M., Psi	.....

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama	:	Bey Iedham Harris
Tempat, Tanggal Lahir	:	Pasuruan, 25 Juni 1991
N.I.M	:	2009.210.149
Jurusan	:	Manajemen
Program Pendidikan	:	Strata Satu
Konsentrasi	:	Manajemen Perbankan
Judul	:	Pengaruh Iklan Terhadap Ekuitas Merek Melalui Mediasi Kualitas Yang Dirasa Nasabah Bank Rakyat Indonesia Di Surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Studi S1 Manajemen,	Dosen Pembimbing,
Tanggal : 28 April 2015	Tanggal : 28 April 2015
(Dr. Muazaroh S.E.,M.T)	**(Emma Yulianti S.E., M.M)**

Motto

If you really believe that you can see yourself differently, then you can affect the world around you. And if you can affect the world around you, you can affect the world itself - Bey Iedham Harris 2015

PERSEMBAHAN

Segala puja dan puji syukur atas kehadirat Allah SWT yang telah senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-NYA dalam bentuk kekuatan dan kelancaran selama proses pengerjaan sampai akhirnya terselesaikannya skripsi ini.

Segala bentuk dukungan dan bantuan yang didapat selama proses pengerjaan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari banyak pihak yang terkait. Dedikasi dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya saya berikan kepada :

Ayah dan Ibu yang telah memberikan dukungan dan bantuan baik secara moril maupun materiil yang tak ternilai jumlahnya, terima kasih banyak atas segala kasih sayang, kesabaran, kekuatan serta kepecayaan yang telah diberikan. Hal inilah yang menjadi semangat dan motivasi dalam menyelesaikannya skripsi ini, karena saya ingin membuktikan diri dan membuat kalian bangga dan bahagia. Ini dedikasi untuk kalian.

Terima kasih saya persembahkan untuk semua bapak ibu dosen dan civitas STIE Perbanas Surabaya, terutama untuk bapak ibu dosen jurusan manajemen perbankan yang telah memberikan banyak ilmunya kepada saya selama ini. Untuk Ibu Emma Yulianti yang saya banggakan, terima kasih banyak karena telah

meluangkan banyak waktu untuk memberikan ilmu dan arahan serta kesabarannya selama ini.

Saya juga berterima kasih kepada orang yang saya cintai Dian Anike Putri yang sangat mendukung saat suka duka pengerjaan skripsi ini. Tak lupa kepada teman teman saya, Ali, Dika, Ndud Anike, Yopi, Ikbal dan banyak yang lainnya, Saya sangat berterima kasih atas ilmu dan motivasi yang kalian berikan selama ini.

Untuk sahabatku Bimantara, Teguh Harianto dan Rizky Agustiana. Kalian adalah motivasi saya untuk pengerjaan skripsi ini. Kalian bertiga adalah sahabat terbaik yang pernah saya miliki.

Dan yang terakhir saya berterima kasih sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang terlibat dalam proses pengerjaan skripsi ini atas informasi yang telah diberikan dan bantuan lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

-TERIMA KASIH-

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah senantiasa memberi kekuatan, inayah serta hidayah-NYA sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Pengaruh Iklan Terhadap Ekuitas Merek Melalui Mediasi Kualitas Yang Dirasa Nasabah Bank Rakyat Indonesia Di Surabaya**".

Skripsi ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan program pendidikan strata satu jurusan Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.

Adapun keberhasilan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan serta dukungan dari semua pihak baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu Emma Yulianti S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang selalu sabar membimbing dan memberikan nasehat serta pengetahuannya kepada penulis demi terselesaikannya skripsi ini.
2. Bapak Lutfi, SE.,M.Fin. selaku Ketua STIE Perbanas Surabaya.
3. Ibu Dr. Muazaroh S.E.,M.T. selaku Ketua Program Studi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
4. Ibu Prof. Dr. Tatik Suryani, Psi.MM selaku dosen wali di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.

5. Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang dengan ikhlas memberikan ilmu kepada penulis selama proses pembelajaran.

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

Surabaya, 14 April 2015

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN v
KATA PENGANTAR vii
DAFTAR ISI ix
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR GAMBAR xii
DAFTAR LAMPIRAN xiii
ABSTRAK / RINGKASAN xiv

BAB I PENDAHULUAN
1.1 Latar Belakang Masalah 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
2.1 Penelitian Terdahulu 8
2.2 Landasan Teori 16
2.3 Hubungan Antar Variabel 26
2.4 Kerangka Pemikiran 28
2.5 Hipotesis Penelitian 28

BAB III METODE PENELITIAN
3.1 Rancangan Penelitian 30
3.2 Batasan Penelitian 30
3.3 Identifikasi Variabel 30
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel 31
3.5 Instrumen Penelitian 34
3.6 Populasi,Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel 35
3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data 36
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian 37
3.9 Teknik Analis Data 38

BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA
4.1 Gambaran Subyek Penelitian 41
4.2 Analisis Data 44
4.3 Pembahasan Hasil 54

BAB V PENUTUP
5.1 Kesimpulan 57
5.2 Keterbatasan Penelitian..... 57
5.3 Saran 58

DAFTAR RUJUKAN
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1	:	Daftar 10 Bank Terbesar Berdasarkan Aset Tahun 2012 - 2014	4
Tabel 2.1	:	Persamaan Dan Perbedaan Penelitian Terdahulu	14
Tabel 2.2	:	ProfilJenis Media Utama	17
Tabel 3.1	:	Pengukuran Menggunakan Skala Dengan Tingkat Skor 1-5	33
Tabel 3.2	:	Kisi-Kisi Kuesioner	34
Tabel 4.1	:	Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden	42
Tabel 4.2	:	Interval Kelas	44
Tabel 4.3	:	Tanggapan Responden TerhadapVariabel Iklan (X)	45
Tabel 4.4	:	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Ekuitas Merek (Y)	46
Tabel 4.5	:	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Yang Dirasa (Z)	47
Tabel 4.6	:	Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas	48
Tabel 4.7	:	Estimasi Parameter Jalur	50

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1	:	Kerangka pemikiran Buil, Isabel.,*et al* (2010)	9
Gambar 2.2	:	Kerangka Pemikiran Rahmani, Zeinolabedin *et al*(2012)	11
Gambar 2.3	:	Kerangka Pemikiran Mubushar, Muhammad.,*et al* (2013)	13
Gambar 2.4	:	Proses Manajemen Periklanan	19
Gambar 2.5	:	Kerangka Pemikiran	28
Gambar 3.1	:	Model Analisis Jalur	39
Gambar 4.1	:	Model Analisis Jalur	50
Gambar 4.2	:	Hasil Perhitungan Model Analisis Jalur	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 : Tabulasi Data

Lampiran 3 : Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden

Lampiran 4 : Analisis Data Deskriptif

Lampiran 5 : Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 6 : Estimasi Parameter Jalur

THE EFFECT OF ADVERTISING ON BRAND EQUITY THROUGH BY PERCEIVED QUALITY'S MEDIATION CUSTOMERS OF BANK RAKYAT INDONESIA IN SURABAYA

Bey Iedham Harris
Student of Faculty Economic, Banking Management
STIE Perbanas Surabaya

ABSTRACT

The brand equity is the strength of the brand that promises consumers the expected value of a product so that consumers will eventually feel get more satisfaction when compared to other products. The purpose of this research was to investigate the effect ofadvertising on perceived quality and brand equity. Sample collection technique is used judgement sampling technique was a total sample 70 respondents. This research performed path analyze using SPSS 16.The result of research is that advertising not significantly and negatively affects the brand equity, advertising significantly and positively affects the perceived quality, and the perceived quality significantly and positively affects the brand equity customers of Bank Rakyat Indonesia in Surabaya.

***Key words** : Advertising, Perceived Quality and Brand Equity*