

**PENGARUH EKUITAS MEREK, KUALITAS LAYANAN, DAN
TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN TERHADAP
NIAT BELI LAPTOP MEREK TOSHIBA DI SURABAYA**

SKRIPSI

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



OLEH :

PRASENO AJI

NIM : 2011210677

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS SURABAYA

2015

**PENGARUH EKUITAS MEREK, KUALITAS LAYANAN, DAN
TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN TERHADAP
NIAT BELI LAPTOP MEREK TOSHIBA DI SURABAYA**

Diajukan oleh :

PRASENO AJI

NIM : 2011210677

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing
Tanggal : 13-1-2015


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

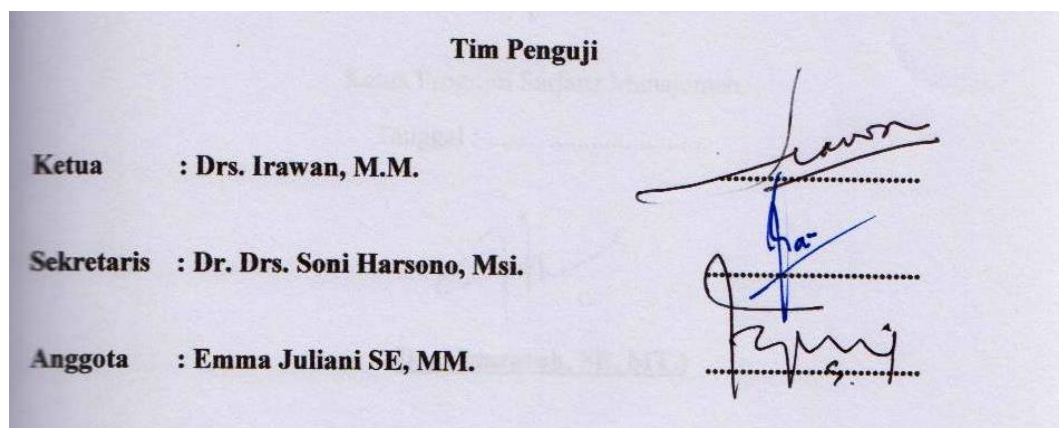
SKRIPSI

PENGARUH EKUITAS MEREK, KUALITAS LAYANAN, DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN TERHADAP NIAT BELI LAPTOP MEREK TOSHIBA DI SURABAYA

Disusun oleh :

PRASENO AJI
2011210677

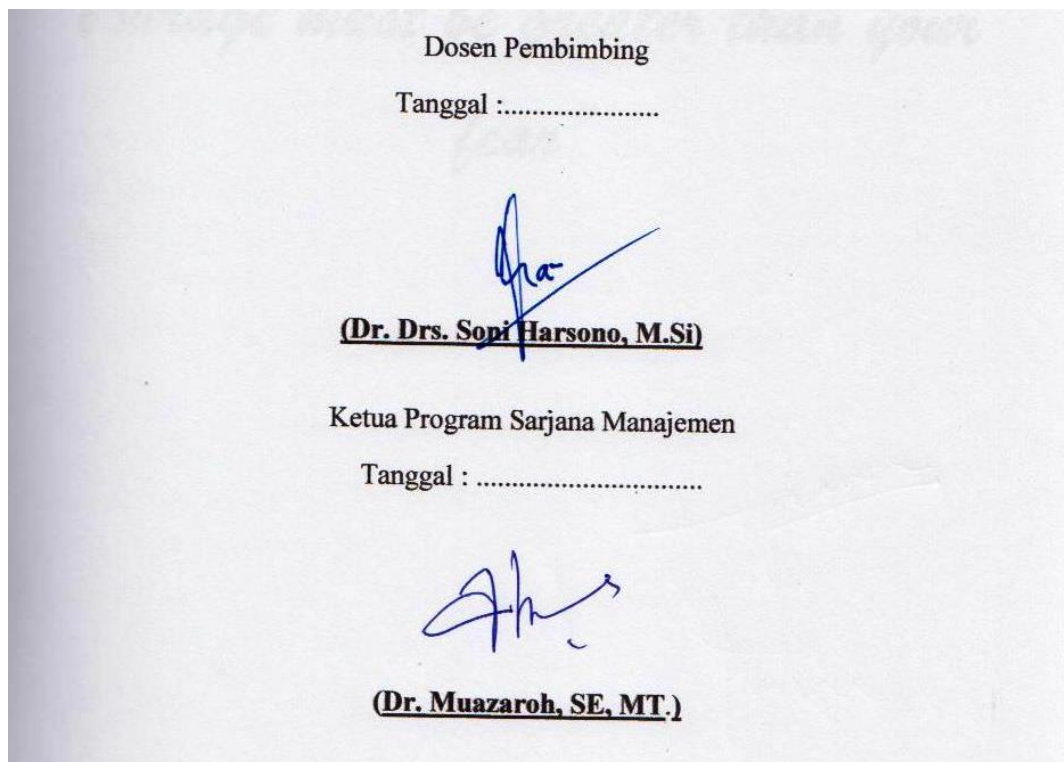
Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal



PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Praseno Aji
Tempat, Tanggal Lahir : Nganjuk, 07 Maret 1993
N.I.M : 2011210677
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Ekuitas Merek, Kualitas Layanan, dan
Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap
Niat Beli Laptop Merek Toshiba di Surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh :





*"An action is the foundation of a
success,*

*therefore to get a success your
courage must be greater than your
fear"*

PERSEMBAHAN

Yang Utama Dari Segalanya

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT. Taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikanku kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkanku dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan. Sholawat dan salam selalu terlimpahkan keharibaan Rasulullah Muhammad SAW.

“Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat kukasihi dan kusayangi”

Papa dan Mama

Sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada terhinggakupersembahkan karya kecil ini kepada Papa dan Mama yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan, dan cinta kasih yang tiada terhingga yang tiada mungkin dapat kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata persembahan. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat Papa dan Mama karna kusadar, selama ini belum bisa berbuat yang lebih. Untuk Papa dan Mama yang selalu membuatku termotivasi dan selalu menyirami kasih sayang, selalu mendoakanku, selalu menasehatiku menjadi lebih baik.

My family

Buat keluarga yang selalu mendukung dan senantiasa memberikan semangat dan doa. Terimakasih kepada tante Wiwit, mas Pringgo, mbak Wina, Ibu Emy, Bapak Ragab, mas Didit, fiqih (PEBE), Ratna, Erma. Saya persembahkan sebuah karya kecil nan penuh makna serta arti yang dalam bagi saya untuk kalian keluargaku tercinta.

Adine

Sebagai tanda cinta kasihku, Saya persembahkan karya kecil ini buatmu. Terima kasih atas kasih sayang, perhatian, dan kesabaranmu yang telah memberikanku semangat dan inspirasi dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini, semoga engkau pilihan yang terbaik buatku dan masa depanku AMIN.

My Best friend's

Buat sahabatku “Wijaya (JARKOM), Niko (cherr), Ayunda, Edwin (piyek), Dimas (Saleho), Dicky (woww), Latanza, Yuyun, Upik, Samid“ terima kasih atas bantuan, doa, nasehat, hiburan, waktu, ejekkan, dan semangat yang kamu berikan selama aku kuliah. Kalian merupakan keluarga baruku saat aku menempuh kuliah di kampus hijau nanmungil ini, semoga dimasa depan kita sama-sama meraih kesuksesan seperti angan-angan dan cita-cita yang telah kita impikan selama ini. Aku tak akan melupakan semua yang telah kamu berikan selama ini.

Dosen Pembimbing Tugas Akhirku...

Bapak Dr. Drs. Soni Harsono, M.Si. selaku dosen pembimbing tugas akhir saya, terima kasih banyak...pak..., saya sudah dibantu selama ini, sudah dinasehati, sudah diajari, saya tidak akan lupa atas bantuan dan kesabaran dari bapak.

Teman-teman kos (CREW PUMPUNGAN)

Umam, Bayu (BLIE), Wahyu, Wijaya, Dimas, Alos, OM Wahyu (owner KOS), Alfian, Farih. Terimakasih kawan telah memberikan semangat, senantiasa setia menemani hari-hariku disaat aku masih berada di kos, terimakasih banyak atas dukungan yang telah kalian berikan.

Teman-teman sebimbangan

Eki Churida, SE, Edwin DP, SE, Wahyu, SE, Yeni, SE. Akhirnya kita bisa menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik dan lancar Rek. Sukses untuk kalian semua.

Rekan-rekan kicau mania

Pak Hartanto (selaku penasehat), Om sigit (juru pantau), mas AAN, BABE, om Monot, PEBE. Terimakasih para senior karena kalian semua telah memberikan banyak pelajaran hidup dan memberikan hiburan disaat saya merasa jenuh dengan Tugas Akhir ini.

Seluruh staff dan karyawan STIE PERBANAS yang sudah terlibat agar cepet lulus, terima kasih banyak dan Semua pihak yang terlibat dan mendukung saya mulai dari awal kuliah sampai selesai saat ini yang belum saya sebutkan satu-satu mohon maaf.

**"YOUR DREAMS TODAY, CAN BE YOUR FUTURE
TOMORROW"**

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas rahmat dan anugerah yang diberikan Allah SWT akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Ekuitas Merek, Kualitas Layanan, Dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Niat Beli Laptop Merek Toshiba Di Surabaya”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi syarat dalam memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Konsentrasi Pemasaran di STIE Perbanas Surabaya.

Perkenankanlah penulis menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu penulis selama menjalani perkuliahan dan penyelesaian skripsi ini, yaitu :

1. Bapak Lutfi, SE, M.Fin selaku Ketua STIE Perbanas Surabaya.
2. Ibu Dr. Muazaroh, SE, MT. selaku Ketua Jurusan Manajemen STIE Perbanas Surabaya.
3. Bapak Dr. Basuki Rachmat, S.E., M.M. selaku dosen wali yang selalu mengarahkan dan membantu selama proses studi.
4. Bapak. Dr. Drs. Soni Harsono, M.Si. selaku dosen pembimbing yang sangat berperan besar atas selesainya penulisan skripsi ini karena telah banyak meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan, dan pengetahuannya kepada penulis.

Akhirnya kata dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga proposal ini dapat memberikan manfaat bagi pihak- pihak yang membutuhkan dan penulis mengucapkan mohon maaf yang sebesar - besarnya jikalau selama ini ada kesalahan yang penulis lakukan terutama pada saat pembuatan skripsi ini .

Surabaya, 09 Januari 2015

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SIAP DIUJI.....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK/ RINGKASAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori	13
2.3 Hubungan Antarvariabel	21
2.4 Kerangka Pemikiran	23
2.5 Hipotesis Penelitian.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Rancangan Penelitian	26
3.2 Batasan Penelitian	26
3.3 Identifikasi Variabel	27
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	27
3.5 Instrumen Penelitian	30
3.6 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	31
3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data	33
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	33
3.9 Teknik Analisis Data	35
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	
4.1 Gambaran Subyek Penelitian	42
4.2 Analisis Data	47
4.3 Pembahasan	64

DAFTAR ISI

BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	70
5.2 Keterbatasan Penelitian	70
5.3 Saran	71
DAFTAR RUJUKAN	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Rating Produk Top Brand Award	2
Tabel 2.1 <i>Persamaan dan Perbedaan Penelitian</i>	12
Tabel 3.1 Interval Kelas	30
Tabel 3.2 Instrumen Penelitian	30
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Sampel Kecil	48
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas	49
Tabel 4.4 Skala Interval Kelas	50
Tabel 4.5 Hasil Tanggapan Responden Variabel Ekuitas Merek	50
Tabel 4.6 Hasil Tanggapa Responden Variabel kualitas Layanan	51
Tabel 4.7 Hasil Tanggapan Responden Variabel CSR	52
Tabel 4.8 Hasil Tanggapan Responden Variabel Niat Beli	53
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	54
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolonearitas	54
Tabel 4.11 Hasil Uji Autokorelasi	55
Tabel 4.12 Tabel Durbin Watson Test	56
Tabel 4.13 Hasil Koefisien Determinasi	57
Tabel 4.14 Hasil Uji F	58
Tabel 4.15 Hasil Uji t	59

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Kerangka Pemikiran	11
Gambar 2.2 Model Kerangka Pemikiran	12
Gambar 2.3 Model Kerangka Pemikiran	24
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	43
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	44
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan pekerjaan	45
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan	46
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan jenis kelamin	47

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Identitas Responden Sampel Kecil
- Lampiran 3 Jawaban Kuesioner Sampel Kecil
- Lampiran 4 Identitas Responden Sampel Besar
- Lampiran 5 Jawaban Kuesioner Sampel Besar
- Lampiran 6 Uji Reliabilitas dan Validitas Sampel Kecil
- Lampiran 7 Uji Reliabilitas dan Validitas Sampel Besar
- Lampiran 8 Analisis Deskriptif
- Lampiran 9 Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 10 Uji Regresi Berganda
- Lampiran 11 Jadwal Penulisan Skripsi

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF BRAND EQUITY DIMENSIONS ON BNI INTERNET BANKING CUSTOMER SATISFACTION

Praseno Aji

STIE Perbanas Surabaya

Email: prasenoaji.pa@gmail.com

This study seeks to examine empirical the effects of brand equity dimensions (brand awareness, brand loyalty, brand associantions, perceived quality) on BNI internet banking customer satisfaction. Research is designed by survey and used questionnaires. Research involved 100 respondents of BNI customers in Surabaya that using internet banking BNI service. The method analysis used smartPLS program version 3.0. Researches use the customer satisfaction as an independent variable affecting brand equity dimensions (brand awareness, brand loyalty, brand associantions, perceived quality). Based on this analysis research found that brand equity dimensions have a significant effect on customer satisfaction. Therefore, BNI should design branding strategy to improved quality and customer had a higher level of satisfaction

Keywords : Brand Equity, Brand Awareness, Brand Loyalty, Customer Satisfaction, BNI Internet Banking