

**PENGARUH IKLAN, PROMOSI PENJUALAN DAN CITRA
PERUSAHAAN TERHADAP EKUITAS MEREK
PADA PRODUK TEH BOTOL SOSRO
DI SURABAYA**

SKRIPSI

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



Oleh :

EKI CHURIDA MAULIDIYAH

Nim :2011210091

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

2015

**PENGARUH IKLAN, PROMOSI PENJUALAN DAN CITRA
PERUSAHAAN TERHADAP EKUITAS MEREK
PADA PRODUK TEH BOTOL SOSRO
DI SURABAYA**

SKRIPSI

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



Oleh :

EKI CHURIDA MAULIDIYAH

Nim :2011210091

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA**

2015

**PENGARUH IKLAN, PROMOSI PENJUALAN DAN CITRA
PERUSAHAAN TERHADAP EKUITAS MEREK
PADA PRODUK TEH BOTOL SOSRO
DI SURABAYA**

Diajukan oleh :

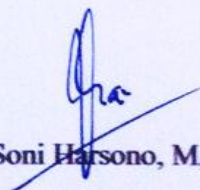
EKI CHURIDA MAULIDIYAH

NIM : 2011210091

Skripsi ini telah dibimbing

Dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing
Tanggal : 15 Januari 2015


(Dr. Soni Harsono, M,Si)

SKRIPSI

**PENGARUH IKLAN, PROMOSI PENJUALAN DAN CITRA
PERUSAHAAN TERHADAP EKUITAS MEREK
PADA PRODUK TEH BOTOL SOSRO
DI SURABAYA**

Disusun oleh :

EKI CHURIDA MAULIDIYAH
NIM : 2011210091

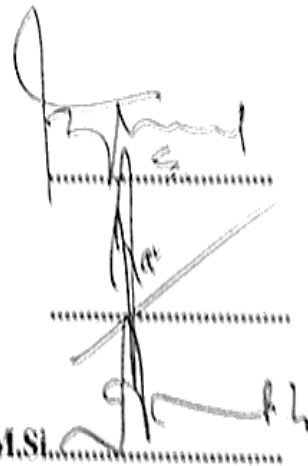
Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal 10 Februari 2015

Tim Penguji

Ketua : Emma Julianti, S.E.,MM.

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

Anggota : Dra. Ec. Aniek Maschudah Ilfitriah, M.Si.

Handwritten signatures of the examiners. The top signature is for Emma Julianti, the middle for Dr. Drs. Soni Harsono, and the bottom for Dra. Ec. Aniek Maschudah Ilfitriah. Each signature is written over a dotted line.

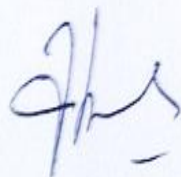
PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Eki Churida Maulidiyah
Tempat, Tanggal Lahir : Mojokerto, 30 Agustus 1993
N.I.M : 2011210091
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Iklan, Promosi Penjualan dan Citra
Perusahaan terhadap Ekuitas Merek Pada Produk
Teh Botol Sosro di Surabaya.

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Sarjana Manajemen,

Tanggal: 30 Maret 2015



(Dr. Muazaroh, SE., MT)

Dosen Pembimbing,

Tanggal: 27 Maret 2015



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

Motto dan Persembahan

**Don't just
dream of
success,
wake up, get
up,
and Do
something
useful**

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk orang-orang yang berarti dalam kehidupan saya dan selalu mendukung dalam penyelesaian skripsi ini.

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang senantiasa memberikan anugerah yang berharga berupa kesehatan, kekuatan, ilmu yang bermanfaat, kemudahan sehingga saya mampu menuntaskan skripsi ini dengan lancar.

Terimakasih kepada semua pihak-pihak yang telah memberikan inspirasi dan motivasi sehingga tersusunlah skripsi ini.

1. Terimakasih untuk ayah dan ibu, kalian orang tua yang LUAR BIASA HEBAT, dukungan kalian, do'a kalian dijabah Allah, hingga akhirnya mampu menambah 2 huruf SE dibelakang nama panjang Eki.
2. Untuk seluruh keluarga besar yang senantiasa mendoakan dan member dukungan positif untuk penyelesaian skripsi ini.
3. Untuk "Etek" Muhamat Lutfiyanto, terkasih-terbaik- dan tersamuanya yang siap sedia membakar semangat ketika saya mulai mengerah.
4. Untuk rekan-rekan "OSELAN" kalian ISTIMEWAN, Monica adz Ayu Novita Puji, SE – Gabrillia Anindita, SE – Izzat el Haqqi, SE – Riris Mia Reshita, SE – Nurina Kusuma Trisnawati, SE sukses untuk kalian semuanya ya gags.
5. Untuk rekan-rekan Marketing Manajemen 2011, kalian Terhebat dari yang Terhebat, sukses juga buat kalian semua.

Untuk para pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama perkuliahan berlangsung hingga tersusunlah skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur Saya panjatkan kehadiran Allah.S.W.T atas Berkah, Rahmat, dan Hidayah-Nya sehingga Peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Iklan, Promosi Penjualan dan Citra Perusahaan terhadap Ekuitas Merek pada produk Teh Botol Sosro di Surabaya”

Adapun tujuan dalam penulisan Skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat penyelesaian program pendidikan strata satu (skripsi) konsentrasi Manajemen Pemasaran .Untuk itu peneliti ingin menyampaikan rasa hormat dan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Lutfi, SE.,MFin selaku Ketua STIE Perbanas Surabaya.
2. Dr. Soni Harsono, M,Si. Selaku dosen pembimbing yang telah baik hati dan sabar meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, petunjuk dan arahan sehingga terselesainya skripsi ini sehingga siap untuk diuji.
3. Dr. Muazaroh, SE.,MT selaku Ketua Jurusan Manajemen STIE Perbanas Surabaya.
4. Bapak/Ibu dosen-dosen yang telah mengajar, memberikan ilmu kepada saya selama menjadi mahasiswa di STIE Perbanas Surabaya.
5. Pihak – pihak akademisi lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
6. Seluruh rekan, kerabat, serta keluarga yang selalu memberikan dukungan hingga terselesainya skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa isi dan cara penyajian skripsi ini masih jauh dari yang diharapkan, karena terbatasnya kemampuan peneliti. Oleh karena itu segala kritik dan saran sangat peneliti harapkan untuk meningkatkan mutu dari penulisan skripsi ini.

Akhirnya peneliti berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

Surabaya, 10 Februari 2015

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI	ii
HALAMAN LULUSAN UJIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
MOTTODAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Penelitian.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Landasan Teori.....	19
2.3 Kerangka Pemikiran.....	26
2.4 Hipotesis Penelitian	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Rancangan Penelitian.....	29
3.2 Batasan Penelitian	29
3.3 Identifikasi Variabel.....	29
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	29
3.5 Instrumen Penelitian	32
3.6 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	34
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..	44
4.1 Gambaran Subyek Penelitian.....	44
4.2 Analisis Data.....	49
4.3 Pembahasan.....	71

BAB V PENUTUP.....	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	77
5.3 Saran	78

DAFTAR RUJUKAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 : Top Brand Index Kategori Teh dalam kemasan minum	3
Tabel 1.2 : Produk dengan Kontribusi terbesar dalam belanja Iklan di media massa dan televisi. Kategori merek Teh dalam kemasan minum	5
Tabel 2.1 : Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Sekarang	17
Tabel 3.1 : Bobot Nilai Jawaban Responden	33
Tabel 3.2 : Kisi-Kisi Variabel Penelitian	33
Tabel 4.1 : Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.	45
Tabel 4.2 : Karakteristik Responden Menurut Usia	45
Tabel 4.3 : Karakteristik Responden Menurut Pendapatan	46
Tabel 4.4 : Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan.	47
Tabel 4.5 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir . . .	48
Tabel 4.6 : Interval Kelas	50
Tabel 4.7 : Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Iklan.	50
Tabel 4.8 : Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi Penjualan	52
Tabel 4.9 : Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Perusahaan.	53
Tabel 4.10 : Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Ekuitas Merek	55
Tabel 4.11 : Hasil Pengujian Validitas Sampel Besar Pada Variabel Iklan . .	57
Tabel 4.12 : Hasil Pengujian Validitas Sampel Besar Pada Variabel Promosi Penjualan.	57
Tabel 4.13 : Hasil Pengujian Validitas Sample Besar Pada Variabel Citra Perusahaan.	58

Tabel 4.14 :	Hasil Pengujian Validitas Sample Besar Pada Variabel Ekuitas Merek	58
Tabel 4.15 :	Hasil Pengujian Reliabilitas Pada Variabel Penelitian Dengan Sampel Besar.....	59
Tabel 4.16 :	Hasil Uji Normalitas Sample Besar	60
Tabel 4.17 :	Hasil Uji Multikolinearitas.....	61
Tabel 4.18 :	Kriteria Metode Durbin-Watson	62
Tabel 4.19 :	Hasil Uji Autokorelasi.....	62
Tabel 4.20 :	Durbin Watson Test Bound.....	63
Tabel 4.21 :	Hasil Perhitungan Persamaan Regresi	65
Tabel 4.22 :	Hasil Analisis Uji Simultan (Uji F).....	68
Tabel 4.23 :	Uji Persial (Uji t).....	69
Tabel 4.24 :	Hasil Uji (R^2)	70

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Kerangka Penelitian Zeinolabedin Rahmani, Sari et.al	12
Gambar 2.2 : Kerangka Penelitian N Joji Alex.	14
Gambar 2.3 : Kerangka Penelitian Ji-Hern Kim dan Yong J. Hyun	16
Gambar 2.4 : Kerangka Pemikiran.....	26
Gambar 4.1 : Uji Heteroskedastisitas	64

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1: Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2: Tabulasi Data Sampel Kecil
- Lampiran 3: Tabulasi Data Sampel Besar
- Lampiran 4: Validitas dan Reliabilitas Sampel Kecil
- Lampiran 5: Validitas dan Reliabilitas Sampel Besar
- Lampiran 6: Hasil Output SPSS Uji Hipotesis
- Lampiran 7: Tanggapan dan Karakteristik Responden

***THE INFLUENCE OF ADVERTISING, SALES PROMOTION AND
CORPORATE IMAGE OF THE BRAND EQUITY ON TEA
BOTTLE SOSRO PRODUCT IN SURABAYA***

Eki Churida Maulidiyah
STIE Perbanas Surabaya
Email : ekychu.EC@gmail.com

ABSTRACT

The majority of Indonesian society have a consumed tea culture. In Indonesian is a huge range of product tea specially for bottled drinking practical. Subject of this research is Tea Bottle Sosro product in Surabaya. Purpose of this research was to determine the effect of advertising, sales promotion and corporate image on brand equity. This reseach uses judgment sampling method with total respondent are 90 respondent. The research use by statistical Analysis with software SPSS 16.0 For Windows. The result of thus research that is the role of advertising is significant does not influencing brand equity, sales promotion role is significant influence the brand equity, and company image does not influencing brand equity significantly. Managerial Implications of this research is sales promotion on tea bottle sosro product is the most attention form the brand equity, sales promotion activities to attarct consumers with the purpose of brand equity.

Keyword : Advertising, Sales Promotion, Corporate Image and Brand Equity