

**PENGARUH DIMENSI EKUITAS MEREK TERHADAP NIAT BELI ULANG  
KONSUMEN SABUN BAYI MEREK ZWITSAL  
DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

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



**Oleh :**

**MONICA ADE AYU NOVITA PUDJI**  
**NIM : 2011210036**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
SURABAYA  
2015**

**PENGARUH DIMENSI EKUITAS MEREK TERHADAP NIAT BELI ULANG  
KONSUMEN SABUN BAYI MEREK ZWITSAL  
DI SURABAYA**

Diajukan oleh :

**MONICA ADE AYU NOVITA PUDJI**

**NIM : 2011210036**

Skripsi ini telah dibimbing  
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 9-4-2015

  
**(Dra. Psi. TJAHHANI PRAWITOWATI, M.M.)**

**SKRIPSI**

**PENGARUH DIMENSI EKUITAS MEREK TERHADAP NIAT BELI ULANG  
KONSUMEN SABUN BAYI MEREK ZWITSAL  
DI SURABAYA**

Disusun oleh:

**MONICA ADE AYU NOVITA PUDJI**

**NIM : 2011210036**

Dipertahankan di depan Tim Penguji  
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi  
pada tanggal 11 Februari 2015

Tim Penguji :

**Ketua : Dra. Lindiawati, M.M.**

**Sekretaris : Dra.Psi. Tjahjani Prawitowati, M.M.**

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

**PENGESAHAN SKRIPSI**

**N a m a** : Monica Ade Ayu Novita Pudji  
**Tempat, Tanggal Lahir** : Mojokerto, 9 November 1993  
**NIM** : 2011210036  
**Jurusan** : Manajemen  
**Program Pendidikan** : Strata I  
**Konsentrasi** : Manajemen Pemasaran  
**Judul** : Pengaruh Dimensi Ekuitas Merek Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Sabun Bayi Merek Zwitsal di Surabaya.

**Disetujui dan diterima baik oleh :**

**Ketua Program Sarjana Manajemen**


Tanggal : 9-4-2015

**Dosen Pembimbing,**

Tanggal : 9-4-2015



**Dr. Muazaroh, SE, M.T**



**Dra.Psi. Tjahjani Prawitowati, M.M.**

# MOTTO

**“ RAIHLAH ILMU, DAN UNTUK MERAHIL ILMU BELAJARLAH  
UNTUK TENANG DAN SABAR (UMAR BIN KHATAB) ”**

**“ BELAJAR SABAR.. Karena Memang Semua Kesuksesan  
Besar Memerlukan Waktu  
(Dewo Pakde Inspirator Saya) ”**

# **LEMBAR PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah hirobbil Alamin.....

Alhamdulillah Alhamdulillah Alhamdulillah... Gak nyangka Skripsi ini bisa selesai dalam waktu 1 semester, dalam penyelesaiannya pun Peneliti juga pingin ngucapin terima kasih sebanyak banyaknya kepada :

☺ ALLAH. S.W.T

Tak henti hentinya doa selalu dipanjatkan kepada ALLAH.SW.T yang telah memberi peneliti kesehatan jasmani maupun rohani, kelancaran, kemudahan, dan segala sesuatu yang tak bisa di lakukan kecuali atas kehendak-Nya.

☺ Ayah (H.Puji Amin), Ibu (Hj. Siti Maisyaroh), Kakak-kakakku (Ferry Andriyanto, ST dan Herman Ardiansyah)

Alhamdulillah punya keluarga yang sayang sama aku, selalu mendoakan aku ketika aku dalam keadaan sulit, selalu memotivasi aku ketika aku butuh teman curhat ☺ Skripsi ini kupersembahkan untuk kalian semua...

☺ Pembimbingku Ibu Dra.Psi. Tjahjani Prawitowati, M.M. yang ngasih banyak pelajaran dalam hidup, beliau mengajarkan bahwa kesuksesan itu tidak ada yang diraih secara instan dan mudah, beliau selalu menekankan bahwa “belajar kalau masih ada yang salah itu wajar, tetapi yang yang tidak bisa ditolerir adalah ketika kita berlaku tidak jujur” beliau selalu mengajarkan kepada kita bahwa dalam keadaan apapun kita dituntut untuk selalu jujur ☺

☺ Rizal Afriansyah

Terima Kasih udah mau meluangkan waktu demi waktu untuk nemenin aku lembur ngerjain skripsi, ngerjain tugas kuliahku (terutama kalo ada tugas desain hahaha :D), rela aku marah marahin kalo lagi stres mikir skripsi :D, teman yang paling bisa diajak susah maupun senang, yang paling pengertian, yang paling sabar, you all deh pokoknya!! Makasih yaa ☺

☺ Sahabat - Sahabatku semuanya (Eky, Gaby, Nina, Riris, Zella) Yang pernah aku reportkan selama 3,5 tahun ini. seneng bisa punya sahabat kayak kalian semua ☺ Makasih rek kalianlah tempat dimana aku butuh curahan

hati ketika senang, sedih, galau, bimbang bener bener udah kayak saudara, lebih dari seorang sahabat.

- ② Buat Gaby, Eky makasih yaaa uda bela belain nemenin sebar kuesioner malem malem di taman bungkul hahahahahaha :D jasa yang gak akan pernah terlupakan, sumpah! Terima kasih juga sudah jadi sahabat sahabat terbaikku selama menjadi mahasiswa, my classmate, my roommate. Untuk kalian berdua, SUKSES SELALU 😊 jangan pernah lupa kalo kita pernah berjuang sama sama!!
- ② Untuk teman SuperHero Ku satu Bimbingan (Saiyaf, Intan, Mas Ersa)
  - ♥ Spesial buat abah Saiyaf :D kawan dari awal bimbingan sampe kita lulus bareng... apa apa selalu bareng, ngerjain skripsi bareng, meratapi nasib bareng nggak di acc dosen, pokoke tetep sabar :D Sukses terus bro!
  - ♥ Intan si cewe kece yang selalu telat kalo kita lagi bimbingan, mau lanjut S2, sukses terus yaaa.. doaku selalu menyertaimu nduk :D
- ② Untuk Keluarga Marketing Management 2011 : Semua temen temen Marketing Festival, Pak Basuki, Arta, Mas Hazizul, Wa Ode, Assad, Mario, Putra, Pepy, Lopes, Icha, Vindo, Mbak Desi, Mbak Devi, Intan, Eki, Saiyaf, Sarah, Nurrizal, dan masih banyak lagi, will miss you guys ... 😊
- ② Untuk mbak Rahajeng Pujiani yang selalu dan selalu ngasih semangat dan motivasi, teman yang bersedia diajak tukar pikiran dan pendapat, bersedia jadi teman curhat disaat capek, dan pingin nyerah saat ngerjain skripsi, thanks buat nasehat yang yang bisa memotivasi ya mbak :\*
- ② Untuk semua keluarga Eclub STIE Perbanas Surabaya (Agil, Merry, Ayu, Vinny, Ika, Icha, Syahrul, Marry, Bento, Yuni, Zella, Mas Dipta, Mbak Rani, Mbak Ajeng, Bang Ridho, Sisil, Joko, Ahonk, Vindo, Mamo, Feby, Naya, dkk.

Dan semuanyaaaaa yang gabisa aku jelasin satu per satu, Thanks buat dukungannya, skripsi ini selesai juga karena kalian semua 😊

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji syukur Saya panjatkan kehadirat Allah.S.W.T atas Berkat, Rahmat, dan Hidayah-Nya sehingga Peneliti dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul “Pengaruh Dimensi Ekuitas Merek Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Sabun Bayi Merek Zwitsal di Surabaya.”

Adapun tujuan dalam penulisan Skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat penyelesaian program pendidikan sarjana jurusan manajemen konsentrasi Manajemen Pemasaran. Untuk itu peneliti ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Lutfi, SE., M.Fin selaku kepala STIE Perbanas Surabaya.
2. Ibu Dra.Psi. Tjahjani Prawitowati, M.M. selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan arahan kepada Peneliti agar Skripsi ini menjadi siap untuk diuji.
3. Bapak/Ibu dosen-dosen yang telah mengajar, memberikan ilmu kepada saya selama menjadi mahasiswi di STIE Perbanas Surabaya.
4. Terima kasih untuk seluruh staff akademik maupun staff perpustakaan atas kerjasamanya yang telah membantu Peneliti dalam proses penyelesaian Skripsi ini.
5. Seluruh rekan, kerabat, keluarga, serta sahabat yang selalu memberikan dukungan, sehingga Peneliti mendapatkan dukungan spritual hingga terselesaikannya 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 Skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

Surabaya, 16 Maret 2015

**Peneliti**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI .....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN LEMBAR PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
ABSTRAK .....	xv
<b>BAB I    PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang Masalah .....	1
1.2    Perumusan Masalah .....	7
1.3    Tujuan Penelitian .....	7
1.4    Manfaat Penelitian .....	8
1.5    Sistematika Penulisan Skripsi .....	9
<b>BAB II    TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
2.1    Penelitian Terdahulu .....	11
2.2    Landasan Teori .....	22
2.3    Kerangka Pemikiran .....	32
2.4    Hipotesis Penelitian .....	32
<b>BAB III    METODE PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
3.1    Rancangan Penelitian .....	34
3.2    Batasan Penelitian .....	35
3.3    Identifikasi Variabel .....	35
3.4    Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	36
3.5    Instrumen Penelitian .....	39
3.6    Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	41
3.7    Data dan Metode Pengumpulan Data .....	43
3.8    Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian .....	45
3.9    Teknik Analisis Data .....	46
<b>BAB IV    GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA ..</b>	<b>51</b>
4.1    Gambaran Subyek Penelitian .....	51
4.2    Analisis Data .....	59

4.3	Pembahasan .....	87
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP .....</b>	<b>99</b>
5.1	Kesimpulan .....	99
5.2	Keterbatasan Penelitian .....	100
5.3	Saran .....	100

**DAFTAR RUJUKAN**  
**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

		<b>Halaman</b>
Tabel 1.1	Top Brand Award Kategori Perawatan Pribadi Bayi	6
Tabel 2.1	Perbedaan dan Persamaan dengan Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1	Kisi Kisi Kuesioner	40
Tabel 4.1	<i>Interval Class</i>	59
Tabel 4.2	Tanggapan Responden Terhadap Kesadaran Merek	60
Tabel 4.3	Tanggapan Responden Terhadap Asosiasi Merek	62
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Terhadap Persepsi Kualitas	64
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Merek	66
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Terhadap Niat Beli Ulang	69
Tabel 4.7	Hasil Validitas Sampel Kecil	72
Tabel 4.8	Hasil Validitas Sampel Besar	73
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas Sampel Kecil	74
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas Sampel Besar	75
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolinearitas	77
Tabel 4.12	Kriteria Metode Durbin Watson	78
Tabel 4.13	Hasil Uji Autokorelasi	78
Tabel 4.14	Durbin Watson Test Bound	78
Tabel 4.15	Hasil Analisis Uji Simultan (Uji F)	80
Tabel 4.16	Hasil Analisis Uji Parsial (Uji t)	82
Tabel 4.17	Hasil Uji ( $R^2$ )	83
Tabel 4.18	Hasil Perhitungan Persamaan Regresi	84

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian Samithamby Senthilnathan and Uthayakumar Tharmi	12
Gambar 2.2 Kerangka Penelitian Mohammad Reza Jalilvand; Neda Samiei; Sayed Hessamaldin Mahdavinia	16
Gambar 2.3 Kerangka Penelitian oleh Jamil Bojei and Wong Chee Hoo	20
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran	32
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Menurut Usia	52
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Menurut Umur Bayi	53
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan	54
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Menurut Pendidikan Terakhir	55
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Menurut Pendapatan per Bulan	56
Gambar 4.6 Karakteristik Responden Menurut Sabun Bayi Lain yang Digunakan	57
Gambar 4.7 Uji Normalitas	76
Gambar 4.8 Uji Heteroskedastisitas	79

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Tabulasi Data Sampel Kecil dan Sampel Besar
- Lampiran 3 : Rekapitulasi Pertanyaan Terbuka
- Lampiran 4 : Output SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Kecil
- Lampiran 5 : Output SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Besar
- Lampiran 6 : Hasil Output SPSS Uji Hipotesis
- Lampiran 7 : Hasil Output SPSS Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 8 : Tanggapan dan Karakteristik Responden

**THE EFFECT OF BRAND EQUITY DIMENSIONS TO ZWITSAL BABY SOAP  
CONSUMERS REPURCHASE INTENTION  
IN SURABAYA**

**Monica Ade Ayu Novita Pudji**  
STIE Perbanas Surabaya  
Email : [monicaade.puji@gmail.com](mailto:monicaade.puji@gmail.com)

**ABSTRACT**

*Toiletries industry currently experiencing intense competition from a variety of products such as soap, toothpaste, toothbrushes and shampoo. In Indonesia is a huge range of products Toiletries especially for baby bath soap category. Researcher are interested in taking an object of research on Zwitsal because Zwitsal in 30 years of business travel have experience in baby care and always give the best for the baby throughout Indonesia to countries in the world such as Netherlands. Zwitsal proved to contain Hypoallergenic and Mild-Dermatologist Tested clinically proven to skin and suitable for sensitive baby skin. The data obtained through methods studied distributing questionnaires to 100 consumers Zwitsal in Surabaya, using Judgment sampling technique. The analysis used multiple regression analysis, while the stages are Validity, reliability test, t test, F test, Classical Assumption Test and Regression Analysis. The results in this study are significantly positive influence between Brand Awareness and Brand Loyalty for Consumer Repurchase Intentions Zwitsal baby soap, and there is a positive not significant influence Brand Association and Perceived Quality on Repurchase Intention consumers Zwitsal brand baby soap.*

**Keywords :** *Dimensions of Brand Equity, Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, Brand Loyalty, Repurchase Intention.*