

**PENGARUH DIMENSI EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN SEPEDA MEREK UNITED BIKE DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

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



Oleh :

**MICHEL ANDRIAN**  
2010210698

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS SURABAYA  
JURUSAN MANAJEMEN PEMASARAN  
2015**

**PENGARUH DIMENSI EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN SEPEDA MEREK UNITED BIKE DI SURABAYA**

Diajukan oleh :

**MICHEL ANDRIAN**

**2010210698**

Skripsi ini telah di bimbing  
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing

Tanggal : 20-08-2015



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

SKRIPSI

**PENGARUH DIMENSI EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN SEPEDA MEREK UNITED BIKE DI SURABAYA**

Disusun oleh :

MICHEL ANDRIAN

2010210698

Dipertahankan di depan Tim Penguji

dan dinyatakan LulusUjian Skripsi

pada tanggal : 28-08-2015

Tim Penguji

**Ketua** : **Drs. Irawan, M.M.**

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

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



## PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Michel Andrian  
Tempat Tanggal Lahir: : Blitar, 15 april 1991  
N.I.M : 2010210698  
Program Jurusan : S1 Manajemen  
Kosentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul : PENGARUH DIMENSI EKUITAS  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN SEPEDA MEREK UNITED  
BIKE DI SURABAYA

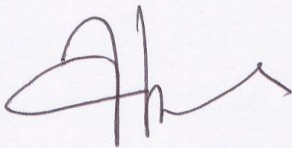
**Disetujui dan diterima baik oleh :**

Ketua Program Sarjana Manajemen


Dosen Pembimbing

Tanggal : 28-10-2015

Tanggal : 27-10-2015



**(Dr. Muazaroh, SE., MT)**



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

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang senantiasa menyertai, memberi ridho dan kemudahan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi atau tugas akhir yang berjudul “Pengaruh Dimensi Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Merek United Bike Di Surabaya”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Studi 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, dengan kerendahan hati penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Hasil skripsi penulis ditujukan kepada Mama yang selalu mendukung dan mendoakan agar penulis cepat lulus kuliah.

2. Keluarga kecil yang penulis cintai dan sayangi terutama istri Venny Agustine yang selalu memberi dukungan dan doanya untuk kesuksesan penulis, serta malaikat kecilku yang bernama Aqila Zerlinda Andrian saat ini berusia 11 bulan yang membuat penulis lebih semangat dalam mengerjakan skripsi.

3. Ibu Dra.Psi. Tjahjani Prawitowati, M.M. selaku dosen pembimbing yang selalu sabar memberikan pengarahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.

4. Ibu Dra.Ec. Sri Lestari Kurniawati, M.S.. selaku dosen wali di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.

5. Ibu Dr. Muazaroh, SE., MT., selaku Ketua Program Studi Strata Satu Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.

6. Bapak Drs, Irawan, M.M., selaku dosen penguji skripsi yang telah memberikan penilaian, saran, serta dukungan sehingga penulis merasa terbantu dalam proses penyelesaian skripsi.

7. Bapak Dr. Ronny, S.Kom., M.Kom., MH. selaku dosen penguji skripsi yang telah memberikan penilaian, saran, serta dukungan sehingga penulis merasa terbantu dalam proses penyelesaian skripsi

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

9. Seluruh Staf Perpustakaan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang telah membantu dalam penulisan skripsi.

10. Seluruh Civitas Akademika Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.

Penulis mengakui bahwa skripsi ini tidak lepas dari kekurangan dan kekhilafan, untuk itu penulis menerima dengan segenap ketulusan hati segala bentuk saran dan kritik 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, 09 september 2015

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN SIAP DIUJI.....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
BAB I     PENDAHULUAN.....	1
1.1    Latar Belakang Masalah.....	1
1.2    Rumusan Masalah.....	8
1.3    Tujuan Masalah.....	9
1.4    Manfaat Masalah.....	9
1.5    Sistematika Penulisan Skripsi.....	10
BAB II    TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1    Penelitian Terdahulu.....	12
2.2    Landasan Teori.....	17
2.3    Kerangka Pemikiran.....	28
2.4    Hipotesis Penelitian.....	28
BAB III   METODE PENELITIAN.....	29

3.1	Rancangan Penelitian.....	29
3.2	Batasan Penelitian.....	29
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.....	38
3.9	Teknik Analisis.....	39
<b>BAB IV</b>	<b>GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALIS DATA.....</b>	<b>43</b>
4.1	Gambaran Subyek Penelitian.....	43
4.2	Analisis Data.....	47
4.3	Analisis Statistik.....	56
4.4	Pengujian Hipotesis.....	60
4.5	Pembahasan.....	62
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP.....</b>	<b>68</b>
5.1	Kesimpulan.....	68
5.2	Keterbatasan.....	69
5.3	Saran.....	70

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data penjualan Sepeda di Indonesia.....	1
Tabel 2.1	Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Saatini.....	16
Tabel 2.2	Manfaat Merek Bagi Produsen dan Konsumen.....	18
Tabel 3.1	Pengukuran Faktor Psikologis.....	34
Tabel 3.2	Kisi – kisi Kuisioner Penelitian.....	34
Tabel 4.1	Kategori Rata – rata (Mean) Variabel Bebas dan Terikat	48
Tabel 4.2	Penilaian Variabel Persepsi Kualitas.....	49
Tabel 4.3	Penilaian Variabel Kesadaran Merek.....	50
Tabel 4.4	Penilaian Variabel Asosiasi Merek.....	51
Tabel 4.5	Penilaian Variabel Loyalitas Merek.....	52
Tabel 4.6	Penilaian Variabel Keputusan Pembelian.....	53
Tabel 4.7	Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Kecil.....	55
Tabel 4.8	Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Besar.....	56
Tabel 4.9	Hasil Analisis Regresi.....	57
Tabel 4.10	Koefisien Determinasi.....	59
Tabel 4.11	Uji F atau Serempak.....	60
Tabel 4.12	Uji t atau Parsial.....	61

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	2.1	Kerangka Penelitian Abadi et al.,.....	13
Gambar	2.2	Kerangka Penelitian Rojniruttikul et al.,.....	15
Gambar	2.3	Dimensi Ekuitas Merek.....	20
Gambar	4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Gambar	4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia	44
Gambar	4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pendidikan.....	45
Gambar	4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	46

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	I	:	Kuisoner Penelitian
Lampiran	II	:	Tabulasi Data Sampel Kecil dan Besar
Lampiran	III	:	Deskriptif Responden
Lampiran	IV	:	Uji Rata – rata
Lampiran	V	:	Validitas Sampel Kecil dan Sampel Besar
Lampiran	VI	:	Reliabilitas Sampel Kecil dan Besar
Lampiran	VII	:	Uji F dan Uji t
Lampiran	VIII	:	Jadwal Penulisan Skripsi

# *The influence of brand equity dimensions on purchase decision of bike brand United in Surabaya*

**Michel andrian**

STIE Perbanas Surabaya

2010210698

[michelandrian13@gmail.com](mailto:michelandrian13@gmail.com)

Jl. Nginden Semolo 34 – 36 Surabaya

## **ABSTRACT**

*Surabaya is a city which has a large population with a good economy in Indonesia. Many companies who compute to create a strong. Brand in this city, one such company is United bike. This makes researchers interested in studying about the power of brand owned by United bike in the minds of consumers in the city of Surabaya. This study focused on the influence of the dimensions of brand equity on consumer buying behavior United bike in Surabaya.*

*The data obtained through methods studied distributing questionnaires to 82 customer United bike in the city of Surabaya, sampling techniques using non-probability sampling and purposive sampling techniques. The analysis used multiple regression analysis, while the stages are validity, reliability test, t-test, coefficient determination partial and regression analysis.*

*The result in this study is variable Perceived quality, Brand awareness, Brand Association influential not significantly to decision variables purchase. While the variable Brand Loyalty is significant effect on the variable product purchasing decisions united bike.*

*Key-word : Brand Equity, Perceived Quality, Brand Awareness, Brand Association, Brand Loyalty, purchase decision.*