

**ANALISIS PERBANDINGAN *BRAND EQUITY SMARTPHONE*  
SAMSUNG DENGAN *SMARTPHONE OPPO* (STUDI KASUS PADA  
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI  
MANAJEMEN ANGKATAN 2017 UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH JEMBER)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar Sarjana Manajemen



Oleh:

**MUHAMMAD IRHAM**

**17.1041.1006**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
2021**

## **PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Irham

NIM : 1710411006

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah ini yang berupa skripsi yang berjudul, Analisis Perbandingan Brand Equity Smartphone Samsung dengan Smartphone Oppo (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi program studi manajemen Angkatan 2017 Universitas Muhammadiyah Jember) yang merupakan hasil karya sendiri. Kecuali pada beberapa kutipan yang telah saya sebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun atau bukan karya plagiat. Saya bertanggung jawab atas keaslian,keabsahan,dan kebenaran isinya sesuai dengan penelitiannya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya,tanpa adanya tekanan serta paksaan dari pihak manapun. Saya bersedia memperoleh sanksi jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar.

Jember. Juni 2021

Yang menyatakan,



Muhammad Irham  
NIM : 17.1041.1006

**ANALISIS PERBANDINGAN *BRAND EQUITY SMARTPHONE*  
SAMSUNG DENGAN *SMARTPHONE OPPO* (STUDI KASUS PADA  
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI  
MANAJEMEN ANGKATAN 2017 UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH JEMBER)**



Pembimbing :

Dosen Pembimbing 1 : Drs. Akhmad Suharto, MP

Dosen Pembimbing 2 : Wahyu Eko S, SE, MM

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul; Analisis Perbandingan Brand Equity Smartphone Samsung dengan Smartphone Oppo (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi program studi manajemen Angkatan 2017 Universitas Muhammadiyah Jember) :

Nama : Muhammad Irham  
NIM : 17.1041.1006  
Hari : Jumat  
Tanggal : 11 Juni 2021  
Tempat : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Pengaji

Trias Setyowati, SH, SE, MM

NPK 05 09 477

Anggota 1,

  
Drs Akhmad Suharto, MP  
NPK 89 06 242

Anggota 2,

  
Wahyu Eko S,SE,MM  
NPK 15 09 633

Mengesahkan :



Maheni Her Sar, SE, MM  
NIP : 197708112005012001



Achmad Husan Hafidzi SE, MM  
NPK : 15 09 047

## MOTTO

**“Maka Nikmat Tuhanmu yang Manakah Yang Engkau Dustakan?.”**

**(Q.S Ar - Rahman:10)**



## **PERSEMPAHAN**

Bismillahirohmanirrohim

Alhamdulillah segala puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayahnya serta atas dukungan dan doa dari orang-orang tercinta sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan penuh rasa syukur. Penulis dalam menyusun skripsi tidak lepas dari bantuan banyak pihak dan ingin menyampaikan ungkapan terima kasih kepada :

1. Bapak Drs. Akhmad Suharto, MP., selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Wahyu Eko S, SE, MM., selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu,pikiran,dan perhatian dalam penulisan skripsi ini;
2. Kedua Orang Tua ku Tercinta yang tak pernah lelah membesarkan ku dengan penuh kasih sayang, serta memberi dukungan, perjuangan, doa, motivasi dan pengorbanan dalam hidup ini. Terima kasih buat Bapak dan Ibuk;
3. Kakak dan Adik tercinta yang selalu memberikan dukungan dan semangat,serta doa dan kasih sayang.
4. Semua sahabat pejuang skripsi : Prawita, Sarah, Dindin, Dhani, Dheni dan teman-teman lain yang tidak dapat disebutkan satu per-satu,terima kasih telah memberikan bantuan dan dorongan semangat kepadaku;
5. Teman-teman Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember Angkatan 2017

## **KATA PENGANTAR**

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillahirabbilalamin, banyak nikmat yang Allah berikan, tetapi sedikit sekali yang kita ingat. Segala puji hanya layak untuk Allah Tuhan seru sekalian alam atas segala berkah, rahmat, taufik, serta hidayah-Nya yang tiada terkira besarnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul ”Analisis Perbandingan Brand Equity Smartphone Samsung dengan Smartphone Oppo (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi program studi manajemen Angkatan 2017 Universitas Muhammadiyah Jember)“.

Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunannya, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- a. Maheni Ika Sari, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
- b. Achmad Hasan Hafidzi,SE.,MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
- c. Drs. Ahmad Suharto, MP selaku dosen pembimbing I dan Wahyu Eko S, SE, MM, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
- d. Trias Setyowati SE.MM selaku dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
- e. Seluruh Staf Pengajar/dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staf Pengajar Jurusan Manajemen.
- f. Kedua orang tua tercinta, Kakak dan Adik untuk semua cinta yang mengagumkan, doa, integritas, dukungan, dan perhatiaannya yang tak terbatas. Terima kasih untuk segalanya, baru ini yang bisa saya persembahkan, semoga menjadi awal yang baik.
- g. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen angkatan 2017 yang telah memberikan semangat dan dukungan.

- h. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan semua namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam proses skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segenap kerendahan hati penulis berterimakasih atas dukungan dan bantuan. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini jauh dari kesempurnaan, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun kesalahan dari pihak pribadi. semoga skripsi ini dapat dipahami bagi siapapun yang membaca, sebagai refrensi bagi penelitian berikutnya. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca.



## DAFTAR ISI

### HALAMAN JUDUL

PERNYATAAN PENULIS.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI .....	iii
MOTTO .....	iv
PERSEMBAHAN SKRIPSI.....	v
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xviii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat .....	6
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
2.1 Tinjauan Teori .....	8
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	8
2.1.2 Merek.....	9

2.1.3 Kegunaan Merek .....	10
2.1.4 <i>Brand Equity</i> .....	10
2.1.4.1 <i>Brand Awareness</i> ( Kesadaran Merek ).....	11
2.1.4.2 <i>Perceived quality</i> ( Persepsi Kualitas ).....	12
2.1.4.3 <i>Brand Association</i> ( Asosiasi Merek ).....	13
2.1.4.4 <i>Brand loyalty</i> (Loyalitas merek).....	14
2.2 Penelitian Terdahulu .....	15
2.3 Kerangka Konseptual .....	22
2.4 Hipotesis .....	23
2.4.1 Perbandingan Kesadaran Merek Produk Smartphone Samsung dengan Produk Smartphone Oppo .....	23
2.4.2 Perbandingan Asosiasi Produk Smartphone Samsung dengan Produk Smartphone Oppo.....	23
2.4.3 Perbandingan Persepsi Kualitas Produk Smartphone Samsung dengan Produk Smartphone Oppo .....	24
2.4.4 Perbandingan Loyalitas Merek Produk Smartphone Samsung dengan Produk Smartphone Oppo .....	24
<b>BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>25</b>
3.1 Identifikasi Variabel.....	25
3.2 Definisi Operasional Variabel .....	26
3.3 Desain Penelitian .....	26
3.4 Jenis Data Penelitian .....	26
3.4.1 Data Primer.....	26
3.4.2 Data Sekunder .....	26
3.5 Populasi dan Sampel .....	26

3.5.1 Populasi .....	26
3.5.2 Sampel .....	27
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	27
3.7 Teknik Analisis Data.....	28
3.7.1 Uji Analisis Kuantitatif.....	28
3.7.2 Uji Validitas.....	28
3.7.3 Uji Normalitas .....	28
3.8 Uji Beda .....	28
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>30</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	30
4.1.1 Sejarah Samsung .....	30
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	32
4.1.3 Logo Perusahaan .....	32
4.1.4 Sejarah Oppo .....	33
4.1.5 Visi dan Misi Perusahaan .....	34
4.1.6 Logo Perusahaan .....	35
4.2 Deskriptif Penelitian.....	35
4.2.1 Karakteristik Responden .....	35
4.3 Analisis Data .....	36
4.3.1 Indikator Frekuensi Jawaban Responden Smartphone Samsung .....	36
4.3.2 Indikator Frekuensi Jawaban Responden Smartphone Oppo .....	43
4.4 Teknik Analisis Data.....	49
4.4.1 Uji Validitas Data.....	49
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	51

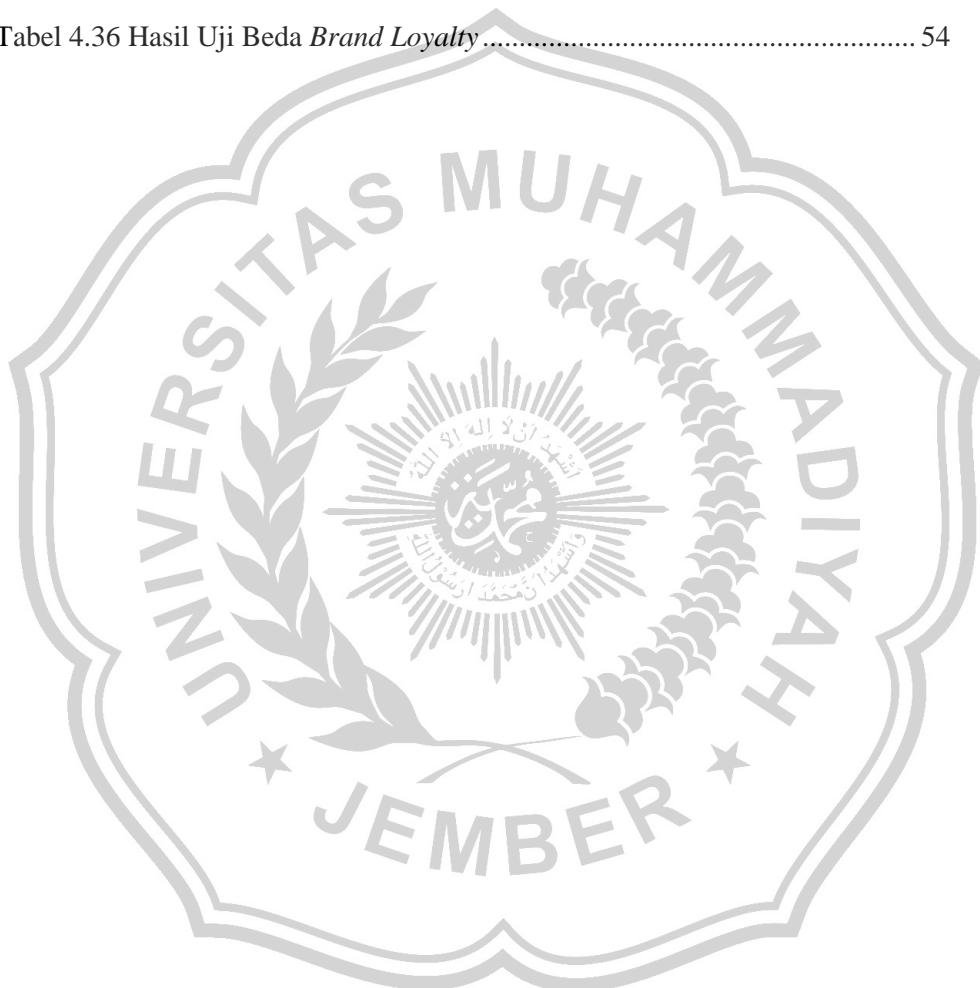
4.5 Uji Beda T – Test .....	52
4.5.1 Perbandingan Brand Awareness (Kesadaran Merek) .....	52
4.5.2 Perbandingan Brand Association (Asosiasi Merek) .....	53
4.5.3 Perbandingan Perceived Quality (Persepsi Kualitas) .....	53
4.5.4 Perbandingan Brand Loyalty(Loyalitas Merek) .....	54
4.6 Pembahasan.....	55
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>57</b>
5.1 Kesimpulan.....	57
5.2 Saran.....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>58</b>

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 <i>Top brand Award</i> kategori <i>Smartphone</i> Tahun 2018-2020.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terhadulu .....	15
Tabel 4.1 Karakteristik Jenis Kelamin .....	35
Tabel 4.2 Karakteristik Usia.....	36
Tabel 4.3 Tanggapan Responden memilih <i>Smartphone</i> Samsung memiliki ciri khas Pada Mereknya.....	36
Tabel 4.4 Tanggapan responden memilih merek <i>Smartphone</i> Samsung karena cepat dikenal .....	37
Tabel 4.5 Tanggapan responden selalu mengingat Merek <i>Smartphone</i> Samsung .....	37
Tabel 4.6 Tanggapan responden minat terhadap <i>Smartphone</i> Samsung .....	38
Tabel 4.7 Tanggapan responden merek Samsung memberikan kegunaan yang didapat diperlukan konsumen.....	38
Tabel 4.8 Tanggapan responden terhadap desain produk, harga <i>Smartphone</i> Samsung sesuai dengan kemauan konsumen .....	39
Tabel 4.9 Tanggapan responden terhadap <i>Smartphone</i> Samsung menjadi merek yang memiliki kualitas fitur ketahanan yang bagus .....	39
Tabel 4.10 Tanggapan responden memilih merek <i>Smartphone</i> Samsung memberikan kepuasan terhadap konsumen.....	40
Tabel 4.11 Tanggapan responden Smartphone merek Samsung selalu menjadi pilihan.....	40
Tabel 4.12 Tanggapan responden memilih dan membeli <i>Smartphone</i> Samsung menjadi merek yang diminati .....	41
Tabel 4.13 Tanggapan responden merekomendasikan merek <i>Smartphone</i> Samsung kepada konsumen lain .....	41
Tabel 4.14 Tanggapan responden membeli kembali atau loyal terhadap <i>Smartphone</i> merek Samsung .....	42

Tabel 4.15 Tanggapan responden berkomitmen atau lebih suka menggunakan merek Smartphone Samsung .....	42
Tabel 4.16 Tanggapan Responden memilih <i>Smartphone Oppo</i> memiliki ciri khas Pada Mereknya.....	43
Tabel 4.17 Tanggapan responden memilih merek <i>Smartphone Oppo</i> karena cepat dikenal .....	43
Tabel 4.18 Tanggapan responden selalu mengingat merek <i>Smartphone Oppo</i> ..	44
Tabel 4.19 Tanggapan responden minat terhadap <i>Smartphone Oppo</i> .....	44
Tabel 4.20 Tanggapan responden merek Oppo memberikan kegunaan yang didapat diperlukan konsumen .....	45
Tabel 4.21 Tanggapan responden terhadap desain produk, harga <i>Smartphone Oppo</i> sesuai dengan kemauan konsumen.....	45
Tabel 4.22 Tanggapan responden terhadap <i>Smartphone Oppo</i> menjadi merek nyang meiliki kualitas fitur ketahanan yang bagus .....	46
Tabel 4.23 Tanggapan responden memilih merek <i>Smartphone Oppo</i> memberikan kepuasan terhadap konsumen.....	46
Tabel 4.24 Tanggapan responden produk Smartphone merek Oppo selalu menjadi pilihan.....	47
Tabel 4.25 Tanggapan responden memilih dan membeli <i>Smartphone Oppo</i> menjadi merek yang diminati.....	47
Tabel 4.26 Tanggapan responden merekomendasikan merek <i>Smartphone Oppo</i> kepada konsumen lain .....	48
Tabel 4.27 Tanggapan responden membeli kembali atau loyal terhadap <i>Smartphone</i> merek Samsung .....	48
Tabel 4.28 Tanggapan responden berkomitmen atau lebih suka menggunakan merek Smartphone Oppo.....	49
Tabel 4.29 Uji Validitas <i>Smartphone Samsung</i> .....	49
Tabel 4.30 Uji Validitas <i>Smartphone Oppo</i> .....	50
Tabel 4.31 Uji Reliabilitas Samsung.....	51

Tabel 4.32 Uji Reliabilitas Oppo.....	51
Tabel 4.33 Hasil Uji Beda T – Test <i>Brand Awareness</i> .....	52
Tabel 4.34 Hasil Uji Beda T – Test <i>Brand Association</i> .....	53
Tabel 4.35 Hasil Uji Beda T – Test <i>Perceived Quality</i> .....	53
Tabel 4.36 Hasil Uji Beda <i>Brand Loyalty</i> .....	54



## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 <i>Top Brand Index</i> Kategori <i>Smartphone</i> .....	4
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual .....	22
Gambar 4.1 Logo Smartphone Samsung.....	32
Gambar 4.2 Logo Smartphone Oppo .....	35



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner .....	60
Lampiran 2 Pertanyaan Kuesioner .....	62
Lampiran 3 Karakteristik Jawaban Responden .....	66
Lampiran 4 Jawaban Responden` .....	76
Lampiran 5 Analisis Data SPSS .....	98
Lampiran 6 Dokumentasi Responden .....	113

