



**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN AMDK MEREK KN DI KOTA SITUBONDO**

**(Study Pada Konsumen Air Minum Kemasan Merek KN)**

**SKRIPSI**

**Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)  
dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi**

**Oleh :  
ABDUL BASID  
NIM 1210411197**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
DESEMBER, 2016**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini ;

Nama : Abdul Basid  
NIM : 12 1041 1197  
Prodi : Manajemen Ekonomi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: **Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian AMDK Merek KN Di Kota Situbondo** adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isisnya, sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta Saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 10 Desember 2016

Yang menyatakan,

Abdul Basid

NIM. 12 1041 1197

## PERSETUJUAN SKRIPSI



### **PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AMDK MEREK KN DI KOTA SITUBONDO**

(Study Pada Konsumen Air Minum Kemasan Merek KN)

Oleh :

**ABDUL BASID**  
**NIM 1210411197**

**Pembimbing**

**Dosen Pembimbing Utama : Seno Sumowo, SE. MM**

**Dosen Pembimbing Pendamping : Nur Saida, SE. MM**

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian AMDK Merek KN Di Kota Situbondo, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Kamis  
Tanggal : 29 Desember 2016  
Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji

Drs. M Naely Azhad, M.Si

NIP.196612311993031006

Anggota I

Anggota II

Seno Sumowo, SE. MM

NPK. 01 09 288

Nur Saida, SE. MM

NPK. 15 09 637

Mengesahkan:

Dekan

Ketua Program Studi,

Dr. Arik Susbiyani, SE. MM

NPK. 01 09 289

Maheni Ika Sari, SE. MM.

NIP. 197708112005012001

## MOTTO

Allah tidak melihat bentuk rupa dan harta benda kalian, tapi Dia melihat hati dan amal kalian.

(Nabi Muhammad SAW)

Waktu itu bagaikan pedang, jika kamu tidak memanfaatkannya menggunakan untuk memotong, ia akan memotongmu (menggilasmu)

(H.R. Muslim)

Jika A adalah sukses dalam hidup, Maka  $A = X + Y + Z$  adalah bekerja, Y adalah bermain, dan Z adalah menjaga lisan

(Albert Einstein)

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini dipersembahkan kepada:

1. Orang tua penulis, bapak Misnari dan ibu Rukyana atas segala pengorbanan, kasih sayang, semangat, dukungan, serta doa tiada henti yang diberikan kepada penulis.
2. Ibu Maheni Ika Sari, SE.MM selaku Ketua Prodi Studi Manajemen Dan Ibu Bayu Wijyantini, SE.MM Sekretaris Jurusan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah, yang telah memeberikan support dan motivasi kepada penulis.
3. Kedua dosen pendamping penulis, Seno Sumowo, SE.MM selaku pendamping I dan ibu Nursaidah, SE.MM selaku pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan, arah dan motivasi kepada penulis dengan teliti dan sabar.
4. Drs. Naely Azhad, M.Si selaku dosen penguji yang telah meberikan bantuan, saran dan masukan.
5. Seluruh dosen dan kariyawan program studi manajemen fakultas ekonomi universitas muhammadiyah jember.
6. Sahabat (Muhammad Iqbal, Fandi Purwanto, Budi Hartono, Wigo Pipit Nurisandi) yang telah berbagi informasi dan meberikan semangat, motivasi kepada penulis.
7. Seluruh teman seperjuangan manajemen angkatan 2012 FE UNMUH Jember.
8. Seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam segala hal terutama yang berkaitan dengan kelancaran penulisan skripsi.

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh ekuitas merek yang terdiri dari (kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, dan loyalitas merek) terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan merek KN di Kota Situbondo. Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variabel terikat (*depedent*) yaitu kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, dan loyalitas merek, dan variabel bebas (*independent*) yaitu keputusan pembelian. Populasi yang menjadi obyek dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen air minum dalam kemasan merek KN di kota situbondo. Jumlah sampel yang digunakan adalah 75 responden. Sampel penelitian diambil secara *purposive sampling* dengan kriteria tertentu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan uji hipotesis yaitu uji t dan uji f. Sebelum menggunakan analisis regresi berganda, dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu. Dari hasil uji hipotesis secara parsial (uji t), hasil pengujian hipotesis telah membuktikan bahwa variabel kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, dan loyalitas merek terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Dari hasil analisis uji f (simultan), hasil pengujian telah membuktikan bahwa variabel kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, dan loyalitas merek terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kata kunci: ekuitas merek, kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, loyalitas merek, keputusan pembelian konsumen.

## ABSTRACT

*This study was conducted to examine the effect of the influence of brand equity consists of (brand awareness, brand association, perceived quality, and brand loyalty) to the purchasing decision of natural drinking water in the city KN brand packaging situbondo. In this study using two variables: the dependent variable that is brand awareness, brand association, perceived quality, and brand loyalty, and the independent variables (independent), namely buying decision. Populations that are objects of this study are all consumers of bottled water in city situbondo KN brand. The number of samples is 75 respondents. Samples were taken by purposive sampling with certain criteria. The method used in this research is by using multiple linear regression analysis to test the hypothesis that the test and f test. Before using multiple regression analysis, performed classical assumption before hand. From the results of partial hypothesis test (t test) results of hypothesis testing has proven that the variable of brand awareness, brand association, perceived quality, and brand loyalty partially significant influence on consumer purchases decision. From the results analysis using F test results of testing has proven that the variable of brand awareness, brand association, perceived quality, and brand loyalty partially significant influence on consumer purchases decision*

*Keywords: brand equity, brand awareness, brand association, perceived quality, brand loyalty, purchases decision.*



## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur saya persembahkan kepada Allah SWT, berkat rahmat dan hidayahnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian AMDK Merek KN Di Kota Situbondo”. Adapun penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi syarat guna mengikuti ujian skripsi untuk memperoleh gelar sarjana S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.

Penelitian menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini banyak mendapat dukungan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Orang tua penulis, bapak Misnari dan ibu Rukyana atas segala pengorbanan, kasih sayang, dukungan, serta doa tiada henti yang diberikan kepada penulis.
2. Ibu Maheni Ika Sari, SE.MM selaku Ketua Prodi Studi Manajemen Dan Ibu Bayu Wijyantini, SE.MM Sekretaris Jurusan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah, yang telah memeberikan support dan motivasi kepada penulis.
3. Kedua dosen pendamping penulis, Seno Sumowo, SE.MM selaku pendamping I dan ibu Nursaidah, SE.MM selaku pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan, arah dan motivasi kepada penulis dengan teliti dan sabar.
4. Drs M Naely Azhad, Msi selaku dosen penguji yang telah meberikan bantuan, saran dan masukan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tentunya memiliki keterbatasan dalam penyusunan, oleh karena itu sangat mengharap saran dan masukan yang membangun. Dan segala kerendahan hati penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat.

Jember, 10 Desember 2016

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b>	
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PEMBIMBINGAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan .....	5
1.4 kegunaan Penelitian .....	7
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
2.1 Tinjauan Teori.....	8
2.1.1 Pemasaran .....	8
2.1.2 Konsep merek .....	9
2.1.3 Ekuitas merek .....	9
2.1.4 Kesadaran merek.....	10
2.1.5 Asosiasi merek.....	11
2.1.6 Persepsi kualitas .....	12
2.1.7 Loyalitas merek.....	13
2.2 Keputusan pembelian.....	14
2.2.1 Faktor-faktor keputusan pembelian .....	16
2.2.2 Proses keputusan pembelian .....	17
2.3 Penelitian Terdahulu .....	19
2.4 Kerangka Konseptual.....	20

2.5 Hipotesis .....	21
<b>BAB 3 METODELOGI PENELITIAN .....</b>	<b>25</b>
3.1 Identifikasi Variabel.....	25
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	25
3.3 Desain Penelitian .....	27
3.4 Teknik Pengambilan Sampel .....	27
3.4.1 Populasi .....	27
3.4.2 Sampel.....	28
3.5 Jenis data.....	28
3.6 Teknik Pengumpulan data.....	28
3.7 Teknik Analisis Data.....	27
3.7.1 Uji instrumen .....	27
3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....	32
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	32
3.7.4 Pengujian Hipotesis .....	33
3.7.5 Koefisien Determinasi .....	35
<b>BAB 4 HASIL DEAN PEMEBAHASAN.....</b>	<b>36</b>
4.1 Gambaran Umum objek penlitian.....	36
4.1.1 Sejarah AMDK Merek KN.....	36
4.1.2 Struktur Organisasi .....	37
4.1.3 Tenaga Kerja .....	39
4.1.4 Jam Kerja Kariyawan.....	39
4.1.5 Sistem Upah.....	40
4.1.6 Aspek Produksi .....	40
4.1.7 Aspek Pemasaran .....	42
4.2 Data Statistik Deskriptif .....	43
4.3 Analisis Data .....	48
4.3.1 Pengujian Instrumen Data.....	48
4.3.2 Analisis Linier Berganda .....	40
4.3.3 Penguji Asumsi Klasik.....	53
4.3.4 Penguji Hipotesis .....	55

4.4 Pembahasan.....	58
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>62</b>
5.1 Kesimpulan .....	62
5.2 Saran .....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>64</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>66</b>