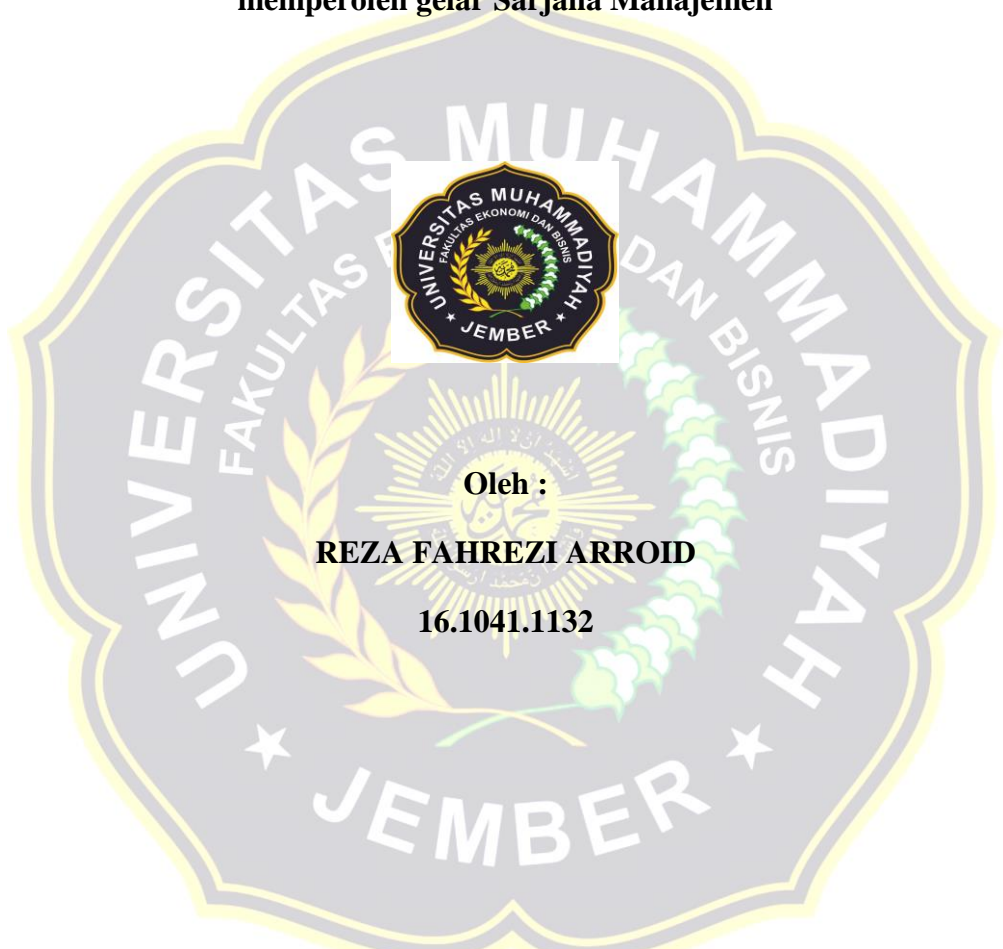


**PERBANDINGAN BRAND EQUITY LAPTOP ASUS DENGAN
LAPTOP HP PADA KONSUMEN BITCOM JEMBER**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana Manajemen**



Oleh :

REZA FAHREZI ARROID

16.1041.1132

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2020**

PENGESAHAN

Skripsi berjudul; *Perbandingan Brand Equity Laptop Asus Dengan Laptop HP Pada Bitcom Jember*, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : SELASA
Tanggal : 10 MARET 2020
Tempat : FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

Tim Penguji,



Seno Sumowo, SE.MM
NPK: 01 09 288

Anggota 1,



Budi Santoso, SE.MM.M.Ak
NPK: 10 03 711

Anggota 2,

Haris Hermawan, SE.MM
NPK: 15 03 643

Mengesahkan :



Dekan
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
FAKULTAS EKONOMI

Dr. Arik Susbiyani, SE.,M.Si.
NPK :01 09 289

Ketua Program Studi

Haris Hermawan, SE.MM
NPK : 15 03 643

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **REZA FAHREZI ARROD**

NIM : **16.1041.1132**

Prodi : **MANAJEMEN**

Dengan ini menyatakan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : PERBANDINGAN BRAND EQUITY LAPTOP ASUS DENGAN LAPTOP HP PADA BITCOM JEMBER; adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam 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 isinya 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 di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 30 Desember 2019

Yang meny.



Reza Fahrzi

NIM. 16.1041.1132



KATA PENGANTAR

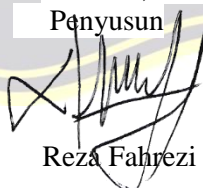
Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya yang tiada terkira besarnya. Akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan “Perbandingan *Brand Equity* Laptop Asus Dengan Laptop HP Pada Bitcom Jember”.

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

1. Dr. Arik Susbiyani, SE.Msi selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
2. Bapak Budi Santoso, SE.MM.M,Ak selaku dosen pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan, dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
3. Bapak Haris Hermawan, SE.MM selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan, dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
4. Bapak Seno Sumowo, SE.MM selaku dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Seluruh staff/Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis.

Jember, 2019

Penyusun



Reza Fahrezi Arroid

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN PENULIS	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRAC	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran	8
2.2 Konsep Merek	10
2.3 Ekuitas Merek (<i>brand equity</i>)	10
2.4 Elemen-Elemen Ekuitas Merek	11
2.4.1 Kesadaran Merek (<i>brand awareness</i>)	11
2.4.2 Asosiasi Merek (<i>brand association</i>)	12
2.4.3 Persepsi Kualitas (<i>perceived quality</i>)	13
2.4.4 Loyalitas Merek (<i>brand loyalty</i>)	13
2.5 Penelitian Terdahulu	15
2.6 Kerangka Konseptual	16
2.7 Hipotesis.....	17
2.7.1 Perbandingan Kesadaran Merek (<i>brand awareness</i>)	18
2.7.2 Perbandingan Asosiasi Merek (<i>brand association</i>)	18
2.7.3 Perbandingan Persepsi Kualitas (<i>perceived quality</i>)	19
2.7.4 Perbandingan Loyalitas Merek (<i>brand loyalty</i>)	19
BAB 3 METODELOGI PENELITIAN	
3.1 Definisi Operasional Variabel.....	20
3.2 Desain Penelitian	21
3.3 Jenis Data	22
3.3.1 Data Primer.....	22
3.3.2 Data Sekunder	22
3.4 Teknik Pengambilan Sampel	22
3.4.1 Populasi	22
3.4.2 Sampel	23
3.5 Tehnik Pengumpulan Data	24

3.5.1	Kuisoner	24
3.6	Tehnik Analisis Data.....	25
3.6.1	Analisa Deskriptif Kualitatif	25
3.6.2	Analisa Kuantitatif.....	26
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	31
4.1.1	Gambaran Umum Plaza Bitcom Jember	31
4.1.2	Visi dan Misi Plaza Bitcom Jember	32
4.2	Aspek Personalia	32
4.2.1	Struktur Organisasi Plaza Bitcom Jember	32
4.3	Aspek Operasional	33
4.4	Aspek Pemasaran	33
4.5	Deskripsi Statistik Responden.....	33
4.5.1	Identitas Responden.....	33
4.6	Analisis Deskriptif Pernyataan Responden	34
4.7	Analisis Data	38
4.7.1	Pengujian Validitas Data	38
4.7.2	Pengujian Reabilitas Data.....	39
4.7.3	Uji Normalitas	40
4.7.4	Uji Beda Berpasangan	41
4.8	Pembahasan.....	43
4.8.1	Perbedaan Ekuitas Merek dengan Indikator Kesadaran Merek pada Konsumen Laptop Asus dan Laptop HP.....	43
4.8.2	Perbedaan Ekuitas Merek dengan Indikator Asosiasi Merek pada Konsumen Laptop Asus dan Laptop HP	43
4.8.3	Perbedaan Ekuitas Merek dengan Indikator Persepsi Kualitas pada Konsumen Laptop Asus dan Laptop HP.....	43
4.8.4	Perbedaan Ekuitas Merek dengan Indikator Loyalitas Merek pada Konsumen Laptop Asus dan Laptop HP	44
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan	45
5.2	Saran.....	45
DAFTAR PUSTAKA		46

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Petunjuk Pengisian Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 Rekapitulasi Hasil Kuesioner
- Lampiran 4 Rekapitulasi Jawaban Responden
- Lampiran 5 Frekuensi Pernyataan Responden
- Lampiran 6 Uji Validitas
- Lampiran 7 Hasil Uji Reabilitas
- Lampiran 8 Hasil Uji Normalitas dan Uji Mann-Whitney
- Lampiran 9 Dokumentasi

