

**PERBANDINGAN BRAND EQUITY SMARTPHONE SAMSUNG DAN
OPPO PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

SKRIPSI

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

Oleh:

**Finda Hadi Rukmana
NIM 1510411306**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2019**

**PERBANDINGAN BRAND EQUITY SMARTPHONE SAMSUNG DAN
OPPO PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

SKRIPSI

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



Oleh:

**Finda Hadi Rukmana
NIM 1510411306**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2019**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Finda Hadi Rukmana
NIM : 1510411306
Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: Perbandingan Brand Equity Smartphone Samsung dan Oppo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember; 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 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, 25 April 2019

Yang menyatakan,

Materai
6000

Finda Hadi Rukmana
NIM. 1510411306

SKRIPSI

PERBANDINGAN BRAND EQUITY SMARTPHONE SAMSUNG DAN OPPO
PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER



Pembimbing:

Dosen Pendamping Utama

: Budi Santoso, SE., MM., MAk

A handwritten signature of Budi Santoso is placed over a rectangular box. Below the box is a smaller, empty rectangular box, likely for a stamp or official seal.

Dosen Pembimbing Pendamping : Nursaidah, SE., MM

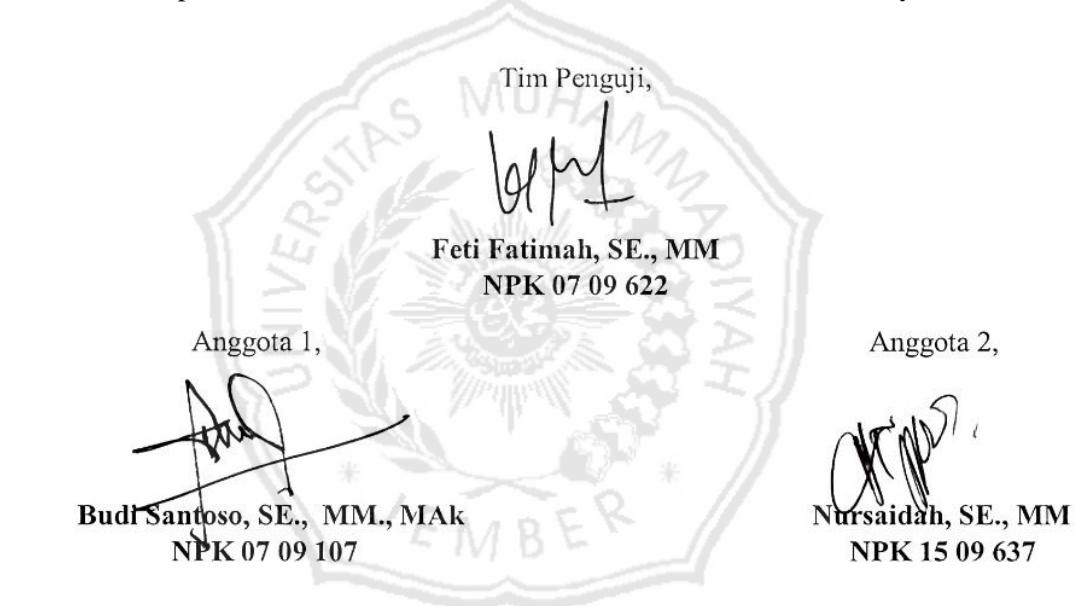
PENGESAHAN

Skripsi berjudul; Perbandingan Brand Equity Smartphone Samsung Dan Oppo Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 24 April 2019

Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember



Mengesahkan:



Dekan,

Ketua Jurusan,

Drs. Auwar, MSc
NPK 85 03 125

MOTTO

Dan orang-orang yang berusaha dengan bersungguh-sungguh kerana memenuhi kehendak agama Kami, sesungguhnya Kami akan memimpin mereka ke jalan-jalan Kami (yang menjadikan mereka bergembira serta beroleh keredhaan) dan sesungguhnya (pertolongan dan bantuan) Allah adalah berserta orang-orang yang berusaha membaiki amalannya.
(Surah Al'Ankabut. Ayat 069)

Barang siapa menolong saudaranya yang membutuhkan maka Allah ta'ala akan menolongnya
(HR. Muslim)



PERSEMPAHAN

Alhamdulillah puji syukur aku panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman dan kasih-Nya kepadaku dalam mengerjakan skripsi ini, tidak lupa aku ucapkan banyak-banyak terima kasih kepada semua yang telah membantu aku di dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya:

1. Orang tuaku tercinta, Bapak dan Ibukku yang selama ini mendidik dan membimbingku dan tiada henti-hentinya menyayangiku. Dan selalu menuntun ke jalan dunia dan akhirat. Mereka merupakan inspirasiku untuk melangkah dalam hidup ini.
2. Adikku yang amat aku sayangi yang selalu mendukungku sampai selesaiya skripsi ini.
3. Almamaterku Universitas Muhammadiyah Jember yang kubanggakan.
4. Untuk teman-teman seangkatan dan seperjuangan Manajemen 2015 terima kasih kekompakan dan kebersamaan selama kita kuliah.

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 "Perbandingan Brand Equity Smartphone Samsung Dan Oppo Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah 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 terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Arik Susbiyani, MSi, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
2. Drs. Anwar, MSc, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
3. Budi Santoso, SE., MM., MAk, selaku dosen pembimbing I dan Nursaidah, SE., MM, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
4. Feti Fatimah, SE., MM, selaku dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Seluruh Staf Pengajar/dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staf Pengajar Jurusan Manajemen.
6. Kedua orang tua tercinta, untuk semua cinta yang mengagumkan, doa, integritas, dukungan, dan perhatiaannya yang tak terbatas. Terimakasih untuk segalanya, baru ini yang bisa saya persembahkan, semoga menjadi awal yang baik.
7. Saudara-saudaraku, atas dukungan dan doanya, semoga kalian sukses dalam menjalani hidup.
8. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen angkatan 2015 yang telah memberikan semangat dan dukungan.
9. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan semua namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bisa memberikan sedikit kebahagiaan dan menuntun pada langkah yang lebih baik lagi. Meskipun penulis berharap isi dari skripsi ini bebas dari kekurangan dan kesalahan, namun selalu ada yang kurang. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat lebih baik lagi. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca.

Jember, 25 April 2019
Penyusun

Finda Hadi Rukmana



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PEMBIMBINGAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Tinjauan Teori	7
2.1.1 Pemasaran	7
2.1.2 Konsep Pemasaran	7
2.1.3 Pengertian Perilaku Konsumen	8
2.1.4 Model Perilaku Konsumen	9
2.1.5 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	10
2.1.6 Merek	13
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	27
2.3 Kerangka Konseptual	28
2.4 Hipotesis Penelitian	29
BAB 3 METODE PENELITIAN	31
3.1 Desain Penelitian	31
3.2 Identifikasi Variabel	31
3.3 Jenis Data	32
3.4 Populasi dan Sampel	32
3.5 Teknik Pengumpulan Data	33

3.6 Skala Pengukuran	33
3.7 Uji Instrumen	34
3.8 Uji Normalitas	35
3.9 Uji Homogenitas	35
3.10 Analisis Uji Independent Sample t test	35
 BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	 37
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	37
4.1.1 Sejarah Berdirinya Perusahaan	37
4.1.2 Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan	39
4.2 Jenis Data Untuk Kebutuhan Analisis	40
4.2.1 Deskripsi Statistik Responden	40
4.2.2 Deskriptif Variabel Penelitian.....	42
4.3 Hasil Analisis Data	43
4.3.1 Pengujian Instrumen Data	44
4.3.2 Hasil Uji Normalitas	45
4.3.3 Pengujian Homogenitas	45
4.3.4 Hasil Uji Beda (Uji t)	46
4.4 Pembahasan	47
4.4.1 Terdapat Perbedaan pada <i>Brand Association</i> <i>Oppo</i> pada antara <i>Smartphone Samsung</i> dengan <i>Smartphone</i> Mahasiswa Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember	46
4.4.2 Terdapat Perbedaan pada <i>Perceived Quality</i> antara <i>Smartphone Samsung</i> dengan <i>Smartphone</i> <i>Oppo</i> pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember	47
4.4.3 Terdapat Perbedaan pada <i>Brand Loyalty</i> antara <i>Smartphone Samsung</i> dengan <i>Smartphone</i> <i>Oppo</i> pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember	47
 BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	 49
5.1 Kesimpulan	49
5.2 Saran	49
 DAFTAR PUSTAKA	 50

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1:	Penelitian Terdahulu	27
Tabel 4.1:	Responden Menurut Usia	40
Tabel 4.2:	Responden Menurut Jenis Kelamin	41
Tabel 4.3:	Responden Menurut Semester	41
Tabel 4.4:	Responden Menurut Smartphone	41
Tabel 4.5:	Frekuensi Pernyataan Responden terhadap <i>Brand Association</i>	42
Tabel 4.6:	Frekuensi Pernyataan Responden terhadap <i>Perceived Quality</i>	43
Tabel 4.7:	Frekuensi Pernyataan Responden terhadap <i>Brand Loyalty</i>	43
Tabel 4.8:	Hasil Pengujian Validitas	44
Tabel 4.9:	Hasil Pengujian Reliabilitas	45
Tabel 4.10:	Hasil Uji Normalitas	45
Tabel 4.11:	Hasil Uji Homogenitas	45
Tabel 4.12:	Hasil Independent Sample T-Tes	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1:	Data Penjualan Smarphone Samsung dan Oppo	4
Gambar 2.1:	Model Perilaku Pembeli	9
Gambar 2.2:	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	10
Gambar 2.3:	Kerangka Konsep Penelitian	28



DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1 : Kuesioner Penelitian
LAMPIRAN 2 : Rekapitulasi Kuesioner
LAMPIRAN 3 : Deskriptif Responden
LAMPIRAN 4 : Deskriptif Variabel Penelitian
LAMPIRAN 5 : Hasil Uji Validitas
LAMPIRAN 6 : Hasil Uji Reliabilitas
LAMPIRAN 7 : Hasil Uji Normalitas
LAMPIRAN 8 : Hasil Uji Homogenitas
LAMPIRAN 9 : Hasil Uji Beda (Uji t)
LAMPIRAN 10 : Tabel r Product Moment



DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. 2011. Manajemen Ekuitas Merek. Memanfaatkan Nilai Dari Suatu Merek. Jakarta: Mitra Utama.
- Arikunto, Suharsimi. 2009. Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek. Penerbit : Rineka Cipta, Jakarta.
- Bungin, Burhan. 2013. Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya. Jakarta: Kencana.
- Darmadi. 2014. Brand Equity Ten : Strategi Memimpin Pasar. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Durianto. 2010. Strategi Menaklukan Pasar Melalui Risert Ekuitas dan Perilaku Merek. Gramedia Pustaka Utama.
- Engel, James. 2012. Perilaku Konsumen. Binarupa Aksara. Jakarta
- Fauzi, Nur. 2016. Analisis Brand Association, Perceived Quality dan Brand Loyalty Merek Obat Sakit Maag Promag (Studi pada pengguna di Kelurahan Gading Kasri Kecamatan Klojen Kota Malang). Universitas Negeri Malang.
- Kertajaya. 2015. Marketting. Bandung: PT. Prenhallindo.
- Kotler, Philip. 2013. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Peter, K. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Jakarta. Penerbit Erlangga.
- Pratomo, Sulistyo. 2013. Analisis Perbandingan Brand Equity Pada Produk Merek Samsung Android dan Blackberry. Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- Prayitno, Duwi. 2010. Paham Analisa Data Statistik Dengan SPSS. MediaKom, Yogyakarta.
- Rakhman, Rizky Suhamdi. 2017. Analisis Perbandingan Brand Equity Pada Yamaha Fino dengan Honda Scoopy (Studi di Kota Bandar Lampung). Universitas Negeri Lampung.
- Rangkuti, F. 2012. The Power of Brands. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Saputro, Guntur Mahendro. 2016. Analisis Brand Association, Perceived Quality dan Brand Loyalty Laptop Acer di Ponorogo. Universitas Negeri Yogyakarta.

- Sekaran, Uma. 2010. Metode Penelitian untuk Bisnis. Edisi Keempat. Jakarta : Salemba Empat
- Stanton, William J. 2010. Prinsip Pemasaran. Erlangga. Jakarta.
- Sugiono. 2012. Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sutisna. 2013. Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Bandung: PT. Renaga Rosdakarya.
- Swasta, Basu. 2009. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta : Liberty.
- Swasta, Basu. 2011. Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: UUST Press.
- Tandjung, Jenu Widjaja. 2012. Marketing Management: Pendekatan Pada Nilai-Nilai Pelanggan. Malang: Bayumedia.
- Tjiptono, Fandy. 2013. Brand Management dan Strategi. Yogyakarta : Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2013. Pemasaran Jasa. Yogyakarta. Andi Offset.
- Umar, Husen. 2013. Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.