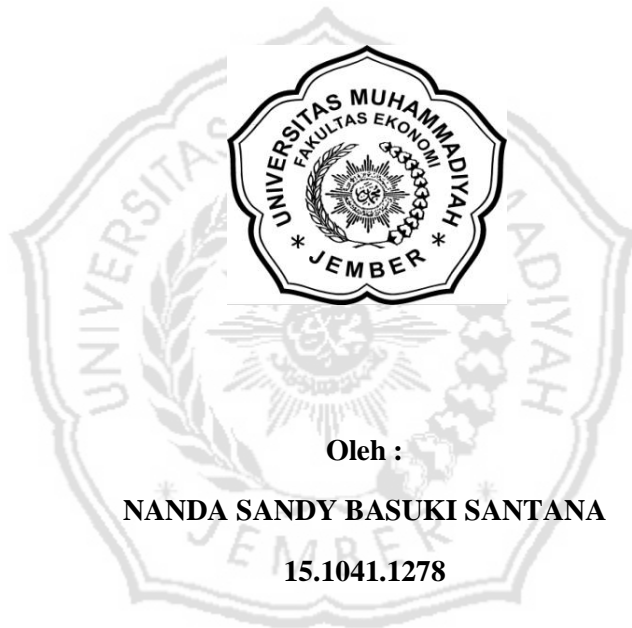


**PERBANDINGAN *BRAND EQUITY* PRODUK SEPATU MEREK BATA
DENGAN MEREK ARDILES STUDI KASUS PADA PELANGGAN
DI SUN EAST MALL GENTENG**

SKRIPSI

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



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

2019

PENGESAHAN

Skripsi berjudul : Perbandingan Brand Equity Produk Sepatu Merek BATA dengan Merek ARDILES Studi Kasus pada Pelanggan di SUN EAST MALL Genteng pada :

Hari : Selasa

Tanggal : 23 Juli 2019

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim penguji,

Drs.M.Naely Azhad M.S.i

NIP 196612311993031006

Anggota 1,

Anggota 2,

Feti Fatimah, SE, MM

NPK 07 09 622

Haris Hermawan SE, MM

NPK 15 03 640

Mengesahkan

Dekan,

Ketua Program Studi,

Dr. Arik Susbiyani, SE, Msi

NPK 85 03 125

Haris Hermawan, SE, MM

NPK 15 03 640

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat serta kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “PERBANDINGAN *BRAND EQUITY* PRODUK SEPATU MEREK BATA DENGAN MEREK ARDILES STUDI KASUS PADA PELANGGAN DI SUN EAST MALL GENTENG”.

Tujuan penulisan skripsi ini untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada program studi Manajemen (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis menghaturkan terima kasih yang sebesar-besarnya bagi semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun materil baik langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, terutama kepada yang saya hormati:

1. Ibu Dr. Arik Susbiyani, Msi selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberi ijin kepada penulis.
2. Bapak Haris Hermawan, SE., MM selaku Ketua Program Studi Management Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember
3. Drs. M. Naely Azhad, M.Si selaku dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan bimbingan, dan arahan demi kesempurnaan skripsi ini
4. Ibu Feti Fatimah, SE, MM selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan, bantuan dan pengarahan demi tersusunnya skripsi ini
5. Bapak Haris Hermawa, SE, MM selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan, bantuan dan pengarahan demi tersusunnya skripsi ini
6. Seluruh dosen dan staf pengajaran Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis. Teman-teman seperjuangan Fakultas Ekonomi Program Studi Management Universitas Muhammadiyah Jember 2015 tanpa terkecuali

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih belum sempurna, oleh karena itu peneliti mengharapkan berbagai kritik dan saran yang bersifat membangun bagi penelitian ini. Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan.

Jember, 16 Juli 2019

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

| | |
|--|------------|
| HALAMAN SAMBUTAN | i |
| HALAMAN JUDUL | ii |
| PERNYATAAN PENULIS | iii |
| HALAMAN PERSETUJUAN | iv |
| HALAMAN PENGESAHAN | v |
| PERSEMBAHAN | vi |
| ABSTRAK | vii |
| KATA PENGANTAR | ix |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 7 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 7 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 8 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 9 |
| 2.1 Tinjauan Teori | 9 |
| 2.1.1 Bauran Pemasaran | 9 |
| 2.1.2 Manajemen Pemasaran | 9 |
| 2.2.3 Komunikasi Pemasaran | 10 |
| 2.1.4 Defenisi Merek | 11 |
| 2.2 Ekuitas Merek | 12 |
| 2.2.1 Definisi Ekuitas Merek | 12 |
| 2.2.2 Model Ekuitas Merek | 14 |
| 2.2.3 Mengelola Ekuitas Merek | 15 |
| 2.2.4 Merencanakan Strategi Penetapan Merek..... | 16 |
| 2.2.5 Peran Ekuitas Merek..... | 17 |
| 2.3 Kesadaran Merek..... | 18 |
| 2.3.1 Pengertian Kesadaran Merek | 18 |
| 2.4 Asosiasi Merek..... | 20 |
| 2.4.1 Definisi Asosiasi Merek | 20 |
| 2.4.2 Fungsi Asosiasi Merek | 21 |
| 2.5 Persepsi Kualitas | 21 |
| 2.5.1 Definisi Persepsi Kualitas | 21 |

| | |
|--|-----------|
| 2.5.2 Membangun Persepsi Kualitas yang Kuat | 22 |
| 2.6 Loyalitas Merek | 22 |
| 2.6.1 Definisi Loyalitas Merek | 22 |
| 2.6.2 Tingkatan Loyalitas Merek | 23 |
| 2.7 Tinjauan Penelitian Terdahulu | 24 |
| 2.8 Kerangka Konseptual | 30 |
| 2.9 Hipotesis | 32 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 33 |
| 3.1 Identifikasi Variabel | 33 |
| 3.1.1 Definisi Operasional Variabel | 33 |
| 3.1.2 Desain Penelitian | 35 |
| 3.1.3 Jenis Data | 35 |
| 3.1.4 Populasi dan Sampel | 35 |
| 3.1.5 Teknik Pengumpulan Data | 36 |
| 3.1.6 Skala Pengukuran | 36 |
| 3.1.7 Teknik Analisis Data | 37 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 41 |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian | 41 |
| 4.1.1 Gambaran Umum Sepatu Bata | 41 |
| 4.1.2 Gambaran Umum Sepatu Ardiles | 42 |
| 4.2 Karakteristik Responden | 43 |
| 4.2.1 Deskriptif Karakteristik Responden | 43 |
| 4.3 Analisis Deskriptif | 44 |
| 4.3.1 Deskriptif Variabel Kesadaran Merek | 44 |
| 4.3.2 Deskriptif Variabel Asosiasi Merek | 45 |
| 4.3.3 Deskriptif Variabel Ardiles Kualitas Merek | 47 |
| 4.3.4 Deskriptif Variabel Loyalitas Merek | 48 |
| 4.4 Uji Instrumen | 49 |
| 4.4.1 Uji Validitas | 49 |
| 4.4.2 Uji Reliabilitas | 51 |
| 4.5 Independent Sample t-tes (Uji Beda) | 52 |
| 4.6 Pembahasan | 53 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 55 |
| 5.1 Kesimpulan | 55 |
| 5.2 Saran | 55 |
| DAFTAR PUSTAKA | 56 |
| LAMPIRAN - LAMPIRAN | |

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Rekapitulasi Kuesioner

Lampiran 3 Jawaban Responden

Lampiran 4 Instrumen

Lampiran 5 *Independent Sample t-test*

