



PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEMEN GRESIK

(Studi pada pelanggan di Kec. Tegaldlimo Kab. Banyuwangi)

SKRIPSI

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

Oleh :

Coni Kurnilawati

NIM. 14.10.411.324

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2018

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. 1991. *Managing Brand Equity*: Capitalizing on The value of a Brand Name. New York. The Free Press.
- Aaker, David A. 1997. *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Spektrum Mitra Utama (alih bahaa: Aris Ananda).
- Romadhoni, Aditya. 2014. “*Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Pantene di Surabaya*”
- Afandi, Ahmad Rizal. 2015. “*Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan (Survei Pada Pembeli Oppo Smartphone di Counter Handphone MATOS)*”. Malang: Universitas Brawijaya Malang.
- Cindy Mei, Edy, dkk. 2016. *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian*. Administrasibisnis.studentjurnal.ub.ac.id/Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)| Vol. 36 No. 1 Juli 2016|
- Danang Adhi Putra. 2011. “*Analisis Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, Dan Loyalitas Merek Yang Mempengaruhi Ekuitas Merek Produk Sepatu Olahraga Merek Adidas (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Semarang)*”
- Durianto, Darmadi; Sugiarto; dan Tony S. 2001. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia PustakaUtama.
- Dimas Raditya Akbar. 2015. “*Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio*”
- Fadli dan Qomariah. 2007. “*Analisis Faktor-faktor ekuitas Sepeda Motor Merek Honda Terhadap Keputusan Pembelian*” (Studi Kasus pada Universitas Sumatra Utara).
- Ferrinadewi, Erna. 2008. “*Merek & Psikologi Konsumen*.” Edisi Pertama, Jilid 1, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Ferdinand, A.. 2002. “*Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen*.” Edisi ke 2.Semarang: BP UNDIP.
- Hanggadhika. 2010. “*Analisis Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Handphone Merek Nokia di Bondowoso*”.

- Humdiana. 2005. “*Analisis Elemen-Elemen Ekuitas Merek Produk Rokok Merek Djarum Black*”. Jurnal Ekonomi Perusahaan, Vol.12.1 Maret 2005.
- I G Teguh Esa Widhiarta, I Made Wardana. 2015.” *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Iphone di Denpasar*”
- Kartono. 2007. *Analisis Perbandingan Brand Equity Indomie dengan Mie Sedap (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Semarang)*. Fakultas Ekonomi Universitas Semarang
- Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Erlanggan. Jakarta.
- Kotler, Philip. 1992. *Manajemen Pemasaran. Edisi Ketiga*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip dan G. Amstrong. 2001. *Prinsip – prinsip Pemasaran*, Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Edisi Ketiga Belas Jilid satu*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler. Philip, Keller. Kevin L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga (alih bahasa : Bob Sabran).
- Kotler. Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Alih Bahasa: Hendara Teguh, Ranny A, Rusli dan Benjamin Molan. Jilid 1. Jakarta: Prehallindo.
- Kotler, Philip, dan K.L. 2007. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Indeks.
- Laraswati Nurlaeli. 2017. “*Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Sari Ayu Martha Tilaar di Jember*”. Universitas Muhammadiyah Jember.
- Nazaruddin. A dan M.Fikri Ridha Putra. 2013. *Analisa Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pelanggan Membeli Semen PT. Semen Baturaja Pada Masayarakat Palembang*. Palembang. Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya Vol.11 No.2 Juni 2013.
- Nilcolino, Patricia F, 2004. *The Complate Ideal's Guides : Brand management*, Jakarta : Prenada Media.
- Priyatno, Duwi. 2016. *Belajar Alat Analisis Data dan Cara Pengolahannya dengan SPSS..* Cetakan Ke 1. Yogyakarta: Gava Media.

- Ahmad Rizal Afandi. 2015. “**Pembelian Sepeda Motor Yamaha (Studi pada pelanggn UD. Yamaha Pahala, Motor Bondowoso)**”. Jember: Universitas Muhammadiyah Jember.
- Rangkuti, Freddy. 2002. *The Power Of Brands : Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek plus Analisis Kasus dengan SPSS*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. 2004. *The Power of Brand*. Jakarta: Gramedia .
- Rangkuti, Freddy. 2010. *The Power Of Brands*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sangadji. Etta, Sopinah, 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2012. *Statistika untuk Penelitian*. Cetakan ke dua puluh satu. Bandung : Alfabeta.
- Swastha, Basu dan Handoko T. Hani. 2000. *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Liberty.
- Srimiatun. 2017. “*Pengaruh Elemen Brand Equity Terhadap Keputusan Membeli Semen Tiga Roda di Kabupaten Magetan*”. Madiun: Program Studi Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Madiun. Epicheirisi. Volume 1 No. 2 Tahun 2017.
- Tjiptono, F. 2005. *Pemasaran Jasa*. Edisi Pertama, Banyumedia Publishing, Malang.
- Widjaja, Jenu Tanjung. 2004. *Marketing Management: Pendekatan Pada Nilai-Nilai Pelanggan*, Edisi Kedua, Banyumedia Publishing, Malang.
- Sumber Internet:
- <http://library.binus.ac.id>
- www.semenindonesia.com
- <http://www.bps.go.id>

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Coni Kurnilawati
NIM : 1410411324
Prodi/Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yg berjudul **PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEMEN GRESIK (STUDIPADA PELANGGAN DI KEC. TEGALDLIMO KAB. BANYUWANGI)** adalah hasil karya sendiri kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan 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 dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 7 Juli 2018
Yang menyatakan,

Coni Kurnilawati
NIM. 1410411324

PERSETUJUAN SKRIPSI



PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEMEN GRESIK

(*Studi pada pelanggan di Kec. Tegaldlimo Kab. Banyuwangi*)

Oleh:

Coni kurnilawati

NIM. 1410411321

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Trias Setyowati, SH, SE, M.M

Dosen Pembimbing Pendamping : Dra. Wenny Mutalining T, M.Si

PENGESAHAN

Skripsi berjudul: **PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEMEN GRESIK (STUDI PADA PELANGGAN DI KEC. TEGALDLIMO KAB. BANYUWANGI)** telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 22 Mei 2018

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim penguji

Dra. Retno Endah Supeni. MM
NPK: 95 10 256

Anggota I,

Anggota II,

Trias Setyowati, SH, SE, MM
NPK: 05 09 477

Dra. Wenny Murtalining T, M.Si
NPK: 84 07 039

MENGESAHKAN

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Program Jurusan

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

Drs. Anwar, M.Sc
NPK:85 03 125

MOTTO

“Bertakwalah pada Allah maka Allah akan mengajarimu. Sesungguhnya Allah
Maha Mengetahui segala sesuatu.”

(Surat Al-Baqarah ayat 282)

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah
kesulitan itu ada kemudahan”

(Q.S Surat Asy Syarh ayat 5-6)

“Barang siapa yang keluar dalam menuntut ilmu maka ia adalah seperti berperang
di jalan Allah hingga pulang.”

(H.R.Tirmidzi)

PERSEMBAHAN

Berkat rahmad dan hidayah dari Allah SWT yang maha pengasih dan maha penyayang, skripsi ini dipersembahkan kepada:

1. Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tuaku yang jauh dari sini yang selalu mendoakan dan telah bersabar dalam menghadapiku serta selalu mencintai dan menyayangiku. Terimakasih atas semua dukungan yang telah diberikan setiap hari.
2. Keluarga yang selalu memberikan dukungan.
3. Kepada kedua sahabatku Bella Fioresia Seminar dan Niken Gustantia yang selalu memberikan semangat dan dukungan.
4. Seluruh teman-temanku prodi menejemen angkatan 2014 khususnya teman-temanku kelas G Menejemen angkatan 2014 yang selalu memberikan motivasi, teman-teman kelas I manajemen angkatan 2014 yang dulu pernah satu kelas dan teman-teman KKN 30. Terimakasih
5. Almamater yang selalu aku banggakan Universitas Muhammadiyah Jember.
6. Semua pihak yang tidak bisa di sebutkan namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

ABSTRAK

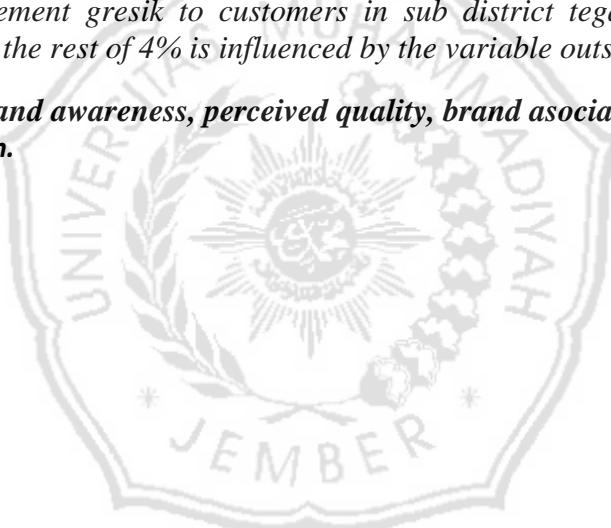
Penelitian bertujuan menganalisis pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian semen gresik studi pada pelanggan di Kec. Tegaldlimo Kab. Banyuwangi. Jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan desain penelitian eksplanatori. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan di Kec. Tegaldlimo Kab. Banyuwangi. Sampel yang diambil adalah 80 responden dengan teknik *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan program SPSS 24. Hasil analisis regresi dalam penelitian ini menunjukan bahwa variabel kesadaran merek (X1), persepsi kualitas (X2), asosiasi merek (X3, dan loyalitas merek (X4), berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y). Dari pengolahan data taraf signifikansinya (parsial) diperoleh kesadaran merek (0,000), persepsi kualitas (0,003), asosiasi merek (0,000), dan loyalitas merek (0,000), semua variabel berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Koefisien determinasinya mendapat sumbangan 96% terhadap keputusan pembelian semen gresik pada pelanggan di Kec. Tegaldlimo Kab. Banyuwangi, sedangkan sisanya sebesar 4% di pengaruhi oleh variabel diluar penelitian ini.

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

ABSTRACT

The aimed of this research is to analyze the brand equity to the purchase gresik cement study on customers in sub district tegaldlimo banyuwangi. Quantitative descriptive research type with explanatory research design. Population in this research is customers in sub district tegaldlimo banyuwangi, Samples taken is 80 respondents with purposive sampling technique. Analytical method used is multiple linear regression with SPSS 24 program. The result of regression analysis in this research shows that brand awareness variable (X1) perceived quality (X2), brand association (X3), bran loyalty (X4) positively influence to buying decision (Y). From the management of data of significance level (partial) in obtaining brand awareness (0.000), perceived quality (0,003), brand association (0,000), brand loyalty (0,000) all variables influence in buying decision. The coefficient of determination gets 96% contribution to the purchase decision of cement gresik to customers in sub district tegaldlimo banyuwangi district, while the rest of 4% is influenced by the variable outside this research.

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



KATA PENGANTAR

Puji syukur saya persembahkan kepada Allah SWT, karena berkat izin dan ridhonya pada akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEMEN GRESIK (STUDI PADA PELANGGAN DI KEC. TEGALDLIMO KAB. BANYUWANGI).**

Peneliti sadar bahwa laporan ini tidak mungkin terwujud tanpa bantuan dari pihak lain.

1. Dr. Ir. Muhammad Hazmi, DESS Rektor Universitas Muhammadiyah Jember
2. Dr. Arik Subiyani, M.Si, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember
3. Drs. Anwar., Msc, Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember
4. Yusron Rozzaid, SE, M.Si, dosen pembimbing akademik
5. Trias Setyowati, SH, SE. MM, selaku dosen pembimbing satu
6. Dra. Wenny Murtalining Tyas, M.Si, selaku dosen pembimbing dua
7. Dra. Retno Endah Supeni. MM selaku ketua penguji.

Semoga skripsi yang sederhana ini bisa memberikan manfaat bagi orang-orang yang membacanya. Meskipun penulis berharap isi dari skripsi ini bebas dari kekurangan dan kesalahan, namun selalu ada yang kurang. Oleh karena itu, penulis mengharapakan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini ini dapat lebih baik lagi, akhir kata, besar harapan penulis semoga skripsi ini berguna dan bermanfaat bagi semua pihak.

Jember, 7 Juli 2018

Yang menyatakan

Coni Kurnilawati
NIM. 1410411324

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belaknag masalah.....	1
1.2 Perumusan masalah.....	9
1.3 Tujuan dan manfaat penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Tinjauan teori	12
2.1.1 Pengertian pemasaran	11
2.1.2 Bauran pemasaran	13
2.1.3 Merek	15
2.1.4 Ekuitas Merek (<i>Brand Equity</i>)	17
2.1.5.1 Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>)	19
2.1.5.2 Persepsi Kualitas (<i>Perceived Quality</i>).....	22
2.1.5.3 Asosiasi Merek (<i>Brand Association</i>).....	26
2.1.5.4 Loyalitas Merek (<i>Brand Loyality</i>)	29

2.1.5 Keputusan pembelian	33
2.2 Penelitian Terdahulu	35
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	36
2.4 Hipotesis Penelitian	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	39
3.1 Identifikasi Variabel.....	39
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	40
3.3 Populasi dan Sampel	41
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	43
3.5 Teknik Pengumpulan Data	44
3.6 Teknik Pengolahan Data	45
3.7 Teknik Analisis Data.....	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	51
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	51
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	51
4.1.2 Lokasi Perusahaan Semen Gresik (Persero) Tbk.....	55
4.1.3 Struktur Organisasi PT. Semen Gresik (Persero) Tbk	57
4.2 Jenis Data Untuk Kebutuhan Analisis.....	59
4.2.1 Deskripsi Statistik Responden	59
4.2.2 Deskriptif Variabel Penelitian.....	60
4.3 Analisis Data	69
4.3.1 Pengujian Instrumen Data.....	70
4.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda	71
4.3.3 Pengujian Asumsi Klasik.....	74
4.3.4 Pengujian Hipotesis	77
4.4 Pembahasan.....	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	80
5.1 Kesimpulan Penelitian	80
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	81
5.3 Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN.....	87

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Persentase Market Share Perusahaan Semen Nasional Indonesia	6
Tabel 1.2 Data Penjualan Semen Gresik Tahun 2017 Wilayah Jawa Timur	7
Tabel 1.3 Data Penjualan Semen di Wilayah Kabupaten Banyuwangi	8
Tabel 1.4 Hasil Penjualan Semen di Kec. Tegaldlimo Kab.Banyuwangi.....	8
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	35
Tabel 4.1.1 Responden Menurut Usia.....	59
Tabel 4.1.2 Responden Menurut Jenis Kelamin	60
Tabel 4.2 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Kesadaran Merek <i>(brand awareness)</i>	62
Tabel 4.3 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Persepsi Kualitas <i>(perceived quality)</i>	64
Tabel 4.4 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Asosiasi Merek <i>(brand association)</i>	64
Tabel 4.5 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Loyalitas Merek <i>(brand loyalty)</i>	66
Tabel 4.6 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian	68
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Validitas.....	70
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Reabilitas	71
Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	72
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	75
Tabel 4.11 Hasil Uji t.....	77
Tabel 4.12 Hasil Koefisien Uji Determinasi	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Piramida Kesadaran Merek	21
Gambar 2.2 Loyalitas konsumen terhadap merek.....	31
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	36
Gambar 4.1 Pembagian Saham	53
Gambar 4.2 Struktur Kepemilikan dan Entitas Anak.....	53
Gambar 4.3 Struktur Organisasi PT. Semen Gresik (Persero) Tbk	58
Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas	74
Gambar 4.5 Hasil Heterokedastisitas	76



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Pengantar Kuesioner
- Lampiran 2 : Rekapitulasi Hasil Kuesioner
- Lampiran 3 : Hasil Tanggapan Responden
- Lampiran 4 : Uji Validitas dan Uji Reabilitas
- Lampiran 5 : Hasil Analisis Linier Berganda
- Lampiran 6 : Hasil Uji Normalitas dan Uji Heterokedastisitas
- Lampiran 7 : Tabel Distribusi T Tabel

