

**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG STUDI EMPIRIS  
PADA KONSUMEN DI TOKO MAJU *HARDWARE* KOTA  
MADIUN**



**OLEH :  
DEBRINA NATALIA  
51416094**

**PSDKU MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA KAMPUS  
KOTA MADIUN  
2020**

PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
*SMARTPHONE SAMSUNG* STUDI EMPIRIS PADA KONSUMEN DI TOKO  
*MAJU HARDWARE* KOTA MADIUN

SKRIPSI  
Diajukan kepada  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
KAMPUS MADIUN  
Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Jurusan Manajemen

OLEH:  
DEBRINA NATALIA  
51416094

PSDKU MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
KAMPUS KOTA MADIUN  
2020

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG STUDI EMPIRIS PADA  
KONSUMEN DI TOKO MAJU *HARDWARE* KOTA MADIUN**

Oleh :  
Debrina Natalia  
51416094

Telah disetujui dan diuji oleh tim penguji

Pembimbing,



Ardianus Laurens P., S.E., M.Sc.  
NIDN : 0721048301

Tanggal : 4, Desember 2020

## HALAMAN PENGESAHAN

**Skripsi yang ditulis oleh : Debrina Natalia / NIM 51416094**

Telah diuji pada tanggal 4 Desember 2020 dan dinyatakan lulus oleh tim penguji.

Ketua Tim Penguji :



Veronika Agustini Srimulyani, S.E., M.Si.  
NIDN. 0717087201

Mengetahui,

Dekan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., CPA  
NIDN. 0713097203

Ketua Jurusan,



Vivi Ariyani, S.E., M.Sc  
NIDN. 0717128001

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya kampus Madiun:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Debrina Natalia

Nim : 51416094

Judul Skripsi : Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung (Studi Empiris Pada Konsumen Di Toko Maju *Hardware*, Kota Madiun).

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, maka saya bersedia menerima konsekuensi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun. Saya menyetujui juga bahwa karya tulis saya untuk dipublikasi/ ditampilkan di internet maupun media lain (*digital library* perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun) untuk kepentingan akademik dengan berpedoman pada Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Madiun, 4 Desember 2020

Yang menyatakan



Debrina Natalia

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan penelitian skripsi dengan judul **“Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung (Studi Empiris pada Konsumen Di Toko Maju Hardware, Kota Madiun)”**. Penelitian skripsi ini disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat sebagai tugas dalam menempuh sudi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (Kampus Kota Madiun).

Dalam penyelesaian penulisan skripsi ini tentunya tidak terlepas mendapat dukungan doa, bimbingan yang senantiasa diberikan dari beberapa pihak, sehingga pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus, atas berkat karunia dan hikmat-Nya saya dapat menulis serta menyelesaikan skripsi ini dengan baik tanpa halangan yang berarti.
2. Papa, mama, dan keluarga besar yang selalu memberikan doa, dukungan, semangat dan motivasi selama kuliah dan penyusunan skripsi.
1. Bapak Ardianus Laurens P., S.E., M.Sc. selaku dosen pembimbing yang telah sabar dalam memberikan bimbingan, dukungan, pengarahan selama proses penyusunan skripsi kepada saya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Ibu Vivi Ariyani, S.E., M.Sc selaku Program Studi Manajemen yang telah memberikan izin penelitian untuk keperluan penyusunan skripsi.
3. Ibu Dra. Dyah Kurniawati, M.Si. selaku dosen wali studi, yang telah membimbing, mendidik, dan selalu memberikan nasihat selama perkuliahan.
4. Seluruh dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (Kampus Kota Madiun) yang pernah mengajar, mendidik dan membimbing saya selama perkuliahan.

7. Seluruh pihak Toko Maju Hardware Kota Madiun terutama kepala toko hingga konsumen yang telah berpartisipasi dalam penelitian saya.
8. Sahabat- sahabat yang selalu mendukung, memotivasi, dan turut mendoakan saya (Bernice, Sherly, George, David, Putri, Nova).
9. Teman-teman Manajemen kelas B selama menempuh kuliah di widya Mandala, terimakasih sudah menjadi kawan, tempat bertukar pikiran, serta dukungan dan motivasi yang diberikan
10. Dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu , terimakasih atas doa , dukungan, dan semangatnya.

Akhir kata penulis menyadari bahwa penulisan penelitian skripsi ini tidak terhindar dari berbagai kekurangan dan kelemahan, sehingga penulis mengharapkan bagi penelitian selanjutnya menyempurnakan kekurangan demi skripsi ini dalam hasil penelitian yang akan datang.

Madiun, 4 Desember 2020



Debrina Natalia



## DAFTAR ISI

|                                                                      |      |
|----------------------------------------------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL .....                                                  | i    |
| HALAMAN PERSETUJUAN .....                                            | ii   |
| HALAMAN PENGESAHAN .....                                             | iii  |
| PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH .....                               | iv   |
| KATA PENGANTAR .....                                                 | v    |
| DAFTAR ISI .....                                                     | vii  |
| DAFTAR TABEL .....                                                   | ix   |
| DAFTAR GAMBAR .....                                                  | xi   |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                                                | xii  |
| ABSTRAK .....                                                        | xiii |
| ABSTRACT .....                                                       | xiv  |
| BAB 1 PENDAHULUAN .....                                              | 1    |
| 1.1 Latar Belakang .....                                             | 1    |
| 1.2 Perumusan Masalah .....                                          | 6    |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                                          | 6    |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....                                         | 7    |
| 1.5 Sistematika Penulisan .....                                      | 7    |
| BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....                                         | 9    |
| 2.1 Landasan Teori .....                                             | 9    |
| 2.2 Hubungan Antar Variabel .....                                    | 32   |
| 2.3 Penelitian Terdahulu .....                                       | 33   |
| 2.4 Hipotesis .....                                                  | 37   |
| 2.5 Model Kerangka Penelitian .....                                  | 38   |
| BAB 3 METODE PENELITIAN .....                                        | 39   |
| 3.1 Desain Penelitian .....                                          | 39   |
| 3.2 Identifikasi, Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel ..... | 40   |
| 3.3 Jenis dan Sumber Data .....                                      | 42   |
| 3.4 Metode Pengumpulan Data .....                                    | 43   |
| 3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....            | 44   |
| 3.6 Analisis Data .....                                              | 45   |
| BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....                                  | 49   |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....                             | 49   |
| 4.2 Deskripsi Data .....                                             | 53   |
| 4.3 Hasil Analisis Data .....                                        | 58   |
| 4.4 Uji Asumsi Klasik .....                                          | 62   |
| 4.5 Analisis Regresi Linear Berganda .....                           | 64   |
| 4.6 Determinasi Koefisien ( $R^2$ ) .....                            | 66   |
| 4.7 Uji t .....                                                      | 67   |
| 4.8 Pembahasan .....                                                 | 69   |



|                                              |    |
|----------------------------------------------|----|
| BAB 5 SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN ..... | 73 |
| 5.1 Simpulan .....                           | 73 |
| 5.2 Keterbatasan .....                       | 74 |
| 5.3 Saran .....                              | 74 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                         | 76 |
| LAMPIRAN                                     |    |

## DAFTAR TABEL

|                                                                            |    |
|----------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1.1 <i>Top Brand Award Index Smartphone</i> .....                    | 3  |
| Tabel 1.2 Penjualan <i>Smartphone</i> Samsung Maju <i>Hardware</i> .....   | 4  |
| Tabel 2.1 Indikator Kesadaran Merek .....                                  | 16 |
| Tabel 2.2 Indikator Persepsi Kualitas .....                                | 19 |
| Tabel 2.3 Indikator Asosiasi Merek .....                                   | 23 |
| Tabel 2.4 Indikator Loyalitas Merek .....                                  | 26 |
| Tabel 2.5 Indikator Keputusan Pembelian .....                              | 30 |
| Tabel 2.6 Penelitian Terdahulu .....                                       | 36 |
| Tabel 3.1 Indikator dan Item pengukuran variabel Kesadaran merek .....     | 40 |
| Tabel 3.2 Indikator dan Item pengukuran variabel Persepsi kualitas.....    | 40 |
| Tabel 3.3 Indikator dan Item pengukuran variabel Asosiasi merek.....       | 41 |
| Tabel 3.4 Indikator dan Item pengukuran variabel Loyalitas merek .....     | 41 |
| Tabel 3.5 Indikator dan Item pengukuran variabel Keputusan Pembelian ..... | 42 |
| Tabel 3.6 Skala Penilaian Kuesioner.....                                   | 43 |
| Tabel 3.7 Interval Penilaian.....                                          | 45 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....                    | 50 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia .....                             | 51 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan .....                       | 51 |
| Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan .....                        | 52 |
| Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel Kesadaran Merek .....              | 53 |
| Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Kualitas .....            | 54 |
| Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel Asosiasi Merek.....                | 55 |
| Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Merek .....              | 56 |
| Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....           | 57 |
| Tabel 4.10 Rangkuman Hasil Uji Validitas Kesadaran Merek .....             | 58 |
| Tabel 4.11 Rangkuman Hasil Uji Validitas Persepsi Kualitas .....           | 58 |
| Tabel 4.12 Rangkuman Hasil Uji Validitas Asosiasi Merek.....               | 59 |

|                                                                    |    |
|--------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 4.13 Rangkuman Hasil Uji Validitas Loyalitas Merek.....      | 59 |
| Tabel 4.14 Rangkuman Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian ..... | 60 |
| Tabel 4.15 Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas .....                  | 60 |
| Tabel 4.16 Rangkuman Hasil Uji Heteroskedastisitas .....           | 63 |
| Tabel 4.17 Rangkuman Uji Multikolinearitas .....                   | 63 |
| Tabel 4.18 Rangkuman Regresi Linier Berganda .....                 | 64 |
| Tabel 4.19 Rangkuman Hasil $R^2$ .....                             | 66 |
| Tabel 4.20 Rangkuman Uji t .....                                   | 67 |

## **DAFTAR GAMBAR**

|                                                                          |    |
|--------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 2.1 Model Kegiatan Inti Sistem Pemasaran Perusahaan .....         | 10 |
| Gambar 2.2 Model Kerangka Konseptual.....                                | 38 |
| Gambar 3.1 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan .....                   | 48 |
| Gambar 4.1 Grafik Normal P-P .....                                       | 62 |
| Gambar 4.2 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Kesadaran Merek.....    | 68 |
| Gambar 4.3 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Persepsi Kualitas ..... | 68 |
| Gambar 4.4 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Asosiasi Merek .....    | 69 |
| Gambar 4.5 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Loyalitas Merek.....    | 69 |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Lembar Kuesioner
- Lampiran 2 Rangkuman Jawaban Responden
- Lampiran 3 Karakteristik Responden
- Lampiran 4 Hasil Uji Statistik Deskriptif
- Lampiran 5 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 8 Hasil Uji Regresi Linear Berganda
- Lampiran 9 Hasil Uji Determinasi  $R^2$
- Lampiran 10 Uji t
- Lampiran 11 r tabel dan t tabel
- Lampiran 12 Dokumentasi Penyebaran Kuesioner

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji signifikansi pengaruh positif ekuitas merek yang terdiri dari kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek, dan loyalitas merek terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung di Toko Maju *Hardware*, Kota Madiun . Sampel dalam penelitian ini sejumlah 100 responden dengan teknik *purposive sampling*. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan dibantu aplikasi program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek, dan loyalitas merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen pembeli *smartphone* Samsung di Toko Maju *Hardware*, Kota Madiun. Dalam penelitian ini variabel yang dominan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian adalah kesadaran merek.

**Kata kunci :** Ekuitas Merek, Keputusan Pembelian

**THE EFFECT OF BRAND EQUITY TOWARDS DECISION ON  
SAMSUNG SMARTPHONE PURCHASE EMPIRICAL STUDIES ON  
CONSUMERS IN MADIUN CITY MAJU HARDWARE STORES**

**ABSTRACT**

*This study aims to examine the significance of the positive effect of brand equity consisting of awareness, perceived quality, brand association, and brand loyalty on purchasing decisions for Samsung smartphones at Maju Hardware Store, Madiun City. The sample in this study was 100 respondents with purposive sampling technique. Hypothesis testing is done using multiple linear regression with the help of the SPSS program application. The results showed that the variables of brand awareness, perceived quality, brand association, and brand loyalty had a significant positive effect on purchasing decisions among consumers of Samsung smartphone buyers at Maju Hardware Store, Madiun City. The dominant research variable that has a significant positive effect on purchasing decisions is brand awareness.*

**Keywords:** *Brand equity, Purchase Decision*