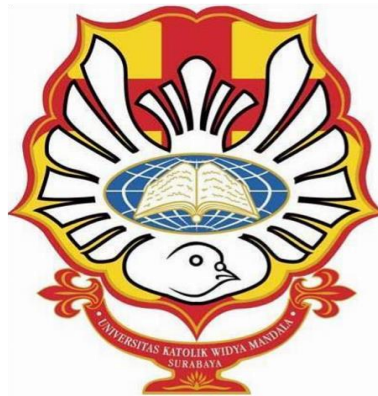


**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PASTA GIGI PEPSODENT**
(Studi Empiris Pada Ibu Rumah Tangga Kelurahan Oro-Oro Ombo
Kota Madiun)



OLEH :

Diyah Febri Astuti

51417011

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
(KAMPUS KOTA MADIUN)
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
2021**

PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PASTA GIGI PEPSODENT
(Studi Empiris Pada Ibu Rumah Tangga Kelurahan Oro-Oro Ombo Kota Madiun)

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

OLEH:
Diyah Febri Astuti
51417011

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
(KAMPUS KOTA MADIUN)
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
2021

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun:

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Diyah Febri Astuti

NIM : 51417011

Judul Skripsi : Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi Pepsodent. (Studi Emperis Pada Ibu Rumah Tangga Kelurahan Oro -Oro Ombo Kota Madiun)

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta. Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini sayabuat dengan sebenarnya.

Madiun, 29 November 2021

Yang menyatakan,

A 10,000 Rupiah Indonesian postage stamp featuring the Garuda Pancasila emblem and a signature. The stamp is yellow and red, with the text "10000" and "METERA TEMPEL" visible. The signature is in black ink.

(Diyah Febri Astuti)

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PASTA GIGI PEPSODENT
(Studi Empiris Pada Ibu Rumah Tangga Kelurahan Oro-Oro Ombo Kota Madiun)

Oleh :
Diyah Febri Astuti
51417020

Telah Disetujui Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing



Dra. Dyah Kurniawati, M.Si.
NIDN. 0713126601

Tanggal: 25 November 2021

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : Diyah Febri Astuti NIM 51417011

Telah diuji pada tanggal 16 Desember 2021 dan dinyatakan oleh lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji



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

Mengetahui

Dekan,



Ds. Rodovicas Lasdi, MM., AK, CA., CPA
NIDN. 0713097203

Ketua Program Studi,



Dra. Dyah Kurniawati, M.Si.
NIDN. 0713126601

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan laporan penelitian skripsi dengan judul **“Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi Pepsodent (Studi Empiris Pada Ibu Rumah Tangga Kelurahan Oro-Oro Ombo Kota Madiun)”**. Penelitian skripsi ini disusun dan diajukan sebagai tugas akhir dalam menempuh studi pada PSDKU Manajemen, Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Manda Surabaya Kampus Kota Madiun.

Terselesaikannya penulisan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari dorongan, dukungan, bimbingan dan bantuan dari beberapa pihak yang selalu terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam pengerjaan skripsi. Untuk itu pada kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu Dra. Dyah Kurniawati, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar, teliti, dan ikhlas meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, semangat, motivasi, dan saran-saran yang sangat berharga kepada penulis selama menyusun skripsi.
2. Ibu Wahyu Prabawati Putri H, ST., MM. selaku wali studi yang telah memberikan motivasi dan semangat yang luar biasa.
3. Dra. Dyah Kurniawati, M.Si selaku ketua jurusan program studi di luar kampus utama (PSDKU) Manajemen yang telah berkenan memberikan ilmu, waktu, dan mengarahkan serta memberikan motivasi selama penyusunan skripsi ini.
4. Seluruh Bapak / Ibu dosen PSDKU Manejemen, Fakultas Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman selama masa perkuliahan.

5. Kepada Ibu Cahyani Setiyawati selaku staf PSDKU Manajemen dan seluruh pegawai perpustakaan yang telah banyak memberikan bantuannya selama masa studi.
6. Kepada kedua orangtua yang selalu memberikan doa, kasih sayang, semangat, dukungan baik secara moral dan materiil hingga penulis mampu menyelesaikan studi.
7. Seluruh keluarga besar penulis yang selalu memberikan doa, dukungan, dan motivasi kepada penulis dalam proses pengerjaan skripsi.
8. Seluruh teman-teman seangkatan kelas Manajemen A & B angkatan 2017 dan telah mengisi hari-hari selama perkuliahan.
9. Teman Seperjuangan Tika Ayu, Ilma Yunita Shindy Ega, Magdalena yang selalu menjadi tempat berbagi cerita dan memberikan semangat, motivasi serta menemani selama proses penyusunan skripsi.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan doa, motivasi, serta bantuan sehingga skripsi ini mampu selesai

Penulis menyadari masih terdapat banyak kekuarangan dalam penyusunan skripsi ini, baik dari segi Bahasa maupun isi, maka untuk itu penulis mengharapkan penelitian yang akan datang dapat memperbaiki kekurangan dalam penelitian ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak yang membutuhkan.

Madiun, 17 Desember 2021



Diyah Febri Astuti

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Produk	9
2.1.2 Klasifikasi Produk	10
2.1.3 <i>Brand</i> (Merek)	13
2.1.4 <i>Brand Equity</i> (Ekuitas Merek)	10
2.1.5 Keputusan Pembelian Konsumen	15
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Hipotesis Penelitian	24
2.4 Model Penelitian	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Desain Penelitian	26
3.2 Identifikasi Variabel, Definisi dan Pengukuran Variabel	26
3.2.1 Identifikasi Operasional	26
3.2.2 Definisi Operasional	27
3.2.3 Pengukuran Variabel	28
3.3 Jenis dan Sumber Data	29
3.3.1 Jenis Data	29
3.3.2 Sumber Data	29
3.4 Metode Pengumpulan Data	30
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	30
3.5.1 Populasi	30
3.5.2 Sampel	31
3.5.3 Teknik Sampling	31

3.6 Teknik Analisis Data	32
3.6.1 Uji Kualitas Data	32
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	32
3.6.3 Analisis Regresi Berganda	34
3.6.4 Koefisien Determinasi (R^2)	35
3.6.5 Uji Hipotesis (Uji F)	35
3.6.6 Uji Hipotesis (Uji t)	35
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Deskripsi Umum Objek Penelitian	37
4.1.1 Gambaran Umum Kelurahan Oro-Oro Ombo	37
4.1.2 Gambaran Produk	37
4.1.3 Gambaran Umum Perusahaan	37
4.1.4 Visi dan Misi Unilevier	38
4.2 Data Responden	39
4.2.1 Karakteristik Responden	39
4.2.2 Deskripsi Variabel	41
4.3 Hasil Analisis Data	46
4.3.1 Uji Validitas	46
4.3.2 Uji Reliabilitas	47
4.4 Uji Asumsi Klasik	48
4.4.1 Uji Normalitas	48
4.4.2 Uji Multikolinieritas	49
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	50
4.5 Analisis Regresi Berganda	51
4.6 Pengujian Model	52
4.6.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	52
4.6.2 Uji Simultan (Uji Statistik F)	53
4.6.3 Uji Parsial (Uji Statistik t)	54
4.7 Pembahasan	58
BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Keterbatasan Penelitian	66
5.3 Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Pasta Gigi.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 4.1 Respon Rate dan Kuesioner yang Diolah	39
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	39
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan RW	40
Tabel 4.4 Rentang Skala	41
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Variabel Kesadaran Merek	41
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Variabel Asosiasi Merek	42
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Variabel Presepsi Kualitas Merek	43
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Variabel Loyalitas Merek	44
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	45
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Validitas.....	46
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas	48
Tabel 4.12 Hasil Uji Non-Parametrik Kolmogorov Smirnov	49
Tabel 4.13 Uji Multikolinearitas	49
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi	51
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi	53
Tabel 4.16 Hasil Uji Simultan.....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian	15
Gambar 2.2 Metode Penelitian	25
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas (<i>Grafik Scatterplot</i>)	50
Gambar 4.2 Kurva Pengambilan Keputusan Ekuitas Merek.....	54
Gambar 4.3 Kurva Pengambilan Keputusan X1	55
Gambar 4.4 Kurva Pengambilan Keputusan X2	56
Gambar 4.5 Kurva Pengambilan Keputusan X3	56
Gambar 4.6 Kurva Pengambilan Keputusan X4	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Data Jawaban Responden dan Statistik Deskriptif
Lampiran 3	Uji Kualitas Data
Lampiran 4	Uji Asumsi Klasik
Lampiran 5	Uji Hipotesis
Lampiran 6	Tabel r, Tabel t, Tabel F

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian pasta gigi pepsodent pada ibu rumah tangga Kelurahan Oro-Oro Ombo Kota Madiun. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan teknik *purposive sampling* dan *Quota sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekuitas merek yang terdiri dari kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, loyalitas merek berpengaruh positif signifikan secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian pasta gigi pepsodent pada ibu rumah tangga Kelurahan Oro-Oro Ombo Kota Madiun.

Kata Kunci : Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas, Loyalitas Merek dan keputusan pembelian

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of brand equity on the purchasing decision of pepsodent toothpaste on housewives in Oro-Oro Ombo Village, Madiun city. The sample used in this study were 100 respondents with purposive sampling and quota sampling techniques. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis using Statistical Product and Service Solution (SPSS) version 22. The results show that brand equity which consists of brand awareness, brand association, perceived quality, brand loyalty has a significant positive effect partially or simultaneously on the decision to purchase pepsodent toothpaste for housewives in the Oro-Oro Ombo Village, Madiun City.

Keywords: *Brand Awareness, Brand Association, Quality Perception, Brand loyalty and Purchase Decision*