

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini:

NAMA	: PURNOMO RAMADHAN
NIM	: 11.02.111.00068
PROGRAM STUDI	: STRATA SATU (S-1) MANAJEMEN
FAKULTAS	: EKONOMI

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Skripsi yang berjudul “ Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telepon Seluler XL (Studi Pada Masyarakat di Kecamatan Pademawu), adalah hasil karya saya berdasarkan penelitian.
2. Seluruh bagian dalam skripsi ini tidak menjiplak atau plagiat baik sebagian maupun seluruh hasil karya ilmiah (laporan penelitian, skripsi, tesis, disertasi atau sejenisnya) milik pihak lain.
3. Cuplikan sebagian karya ilmiah ataupun pendapat pihak lain dalam skripsi ini ditulis dengan kaidah penulisan karya ilmiah yang berlaku.
4. Apabila suatu saat dari pihak lain yang melakukan klaim bahwa karya ilmiah ini merupakan plagiat karya ilmiah pihak lain, dan ternyata memang terbukti, saya bersedia menerima segala sanksi yang diberikan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo.

Demikian surat pernyataan ini dibuat, sebagai pertanggung jawaban keaslian karya ilmiah atau skripsi yang saya susun sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S-1) Program Studi Manajemen Konsentrasi Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura.

Bangkalan, 1 Agustus 2015

Yang membuat pernyataan

PURNOMO RAMADHAN
NIM: 11.02.111.00068

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : PURNOMO RAMADHAN
NIM : 11.02.11100068
PROGRAM STUDI : S-1 (STRATA SATU) MANAJEMEN
FAKULTAS : EKONOMI
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU TELEPON
SELULER XL (STUDI PADA MASYARAKAT DI
KECAMATAN PADEMAWU)

SKRIPSI INI TELAH DI UJIKAN
PADA TANGGAL, 30 JUNI 2015

DOSEN PEMBIMBING I

DOSEN PEMBIMBING II

Drs. Mohamad Tambrin, MM
NIP. 195702211989031003

Suyono, SE., M.S.M
NIP. 197205302006041002

MENGETAHUI

DEKAN FAKULTAS EKONOMI

KETUA JURUSAN

Dr. H. Pribanus Wantara, Drs., MM
NIP. 196012031988111001

Dr. Mohammad Arief, SE, MM
NIP: 197410042005011001

SKRIPSI

PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU TELEPON SELULER XL (Studi pada Masyarakat di Kecamatan Pademawu)

DIAJUKAN OLEH:
PURNOMO RAMADHAN
NIM: 11.02.1.1.1.00068

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura, dan diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal 30 Juni 2015

DEWAN PENGUJI

Penguji I	Bambang Setiyo P. SE, MM	
Penguji II	Dr. Mohammad Arief, SE, MM	
Anggota Penguji	Drs. Mohamad Tambrin, MM	
	Suyono, SE., M.S.M	

ABSTRACT

Purnomo Ramadhan, 2015. The influence of brand equity on XI cellular card purchasing decisions (study on peoples pademawu subdistric), Advisor I: Drs. Mohamad Tambrin, MM; Advisor II: Suyono, SE., M.S.M.

Consumers right now are thorough and smart in choosing a brand. Companies must be smart in retaining their market share. Brand awareness, brand association, perceived quality, brand loyalty are important elements that should be injected in consumers memory. XI cellular card must retain that brand equity elements considering that all the element have a great influence on purchasing decisions.

The purposes of this study are (1) to determine how much is variable Brand awareness influences the purchasing decisions of XI cellular card on pademawu subdistric, (2) to determine how much is variable brand association influences the purchasing decisions of XI cellular card on pademawu subdistric, (3) to determine how much is variable perceived quality influences the purchasing decisions of XI cellular card on pademawu subdistric, (4) to determine how much is variable brand loyalty influences the purchasing decisions of XI cellular card on pademawu subdistric, (5) to determine brand equity variables (Brand awareness, brand association, perceived quality, brand loyalty) that mostly influence that purchasing decisions of XI cellular card.

This study uses a quantitative approach that seeks to determine the effect of Brand awareness, brand association, perceived quality, brand loyalty on purchasing decisions of XI cellular card (study on peoples pademawu subdistric). The sampling techniques used is purposive sampling with 50 respondents. Data collection techniques conducted through questionnaire and literary research. Likert scale is applied to measure the respondents answers. Validity, reliability, and classical assumption is used to test the instrument while multiple linear regression is applied as data analyze technique for the variables use more than two variables, the F test and t test.

Result indicate that Brand awareness, brand association, perceived quality, brand loyalty variables simultaneously and partially affect the purchasing decisions of XI cellular card (study on peoples pademawu subdistric) while Brand awareness has greater influence on purchasing decisions of XI cellular card (study on peoples pademawu subdistric).

Keywords: Brand awareness, brand association, perceived quality, and brand loyalty

ABSTRAK

Purnomo Ramadhan. 2015. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telepon Seluler XL (Studi Pada Masyarakat di Kecamatan Pademawu), dibawah bimbingan Drs. Mohamad Tambrin, MM, dan Suyono, SE.,M.S.M.

Masyarakat sekarang sudah teliti dan pintar dalam memilih merek. Perusahaan harus pintar menjaga pangsa pasarnya. Kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas dan loyalitas merek merupakan elemen penting agar nama merek melekat dalam ingatan konsumen. XL merupakan kartu telepon seluler yang harus memperhatikan elemen-elemen ekuitas merek tersebut karena dari semua elemen pasti mempunyai pengaruh dalam keputusan pembelian.

Tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel kesadaran merek terhadap keputusan pembelian kartu telepon seluler XL di Kecamatan Pademawu. (2) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel asosiasi merek terhadap keputusan pembelian kartu telepon seluler XL di Kecamatan Pademawu. (3) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian kartu telepon seluler XL di Kecamatan Pademawu. (4) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel loyalitas merek terhadap keputusan pembelian kartu telepon seluler XL di Kecamatan Pademawu. (5) Untuk mengetahui dan menganalisis manakah variabel ekuitas merek yaitu kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, dan loyalitas merek yang berpengaruh secara dominan terhadap keputusan pembelian kartu telepon seluler XL.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang berusaha untuk mengetahui bagaimana pengaruh kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, dan loyalitas merek terhadap keputusan pembelian kartu telepon seluler XL (Studi Pada Masyarakat Di Kecamatan Pademawu). Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan 97 kuisisioner dan penelitian kepustakaan. Dalam penelitian ini menggunakan skala likert untuk mengukur jawaban responden. Untuk menguji instrumen menggunakan uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi klasik. Sedangkan teknik analisis data yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda karena variabel yang digunakan lebih dari dua variabel, dengan uji F dan uji t.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas dan loyalitas merek berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian kartu telepon seluler XL (Studi Pada Masyarakat di Kecamatan Pademawu). Variabel kesadaran merek berpengaruh lebih besar terhadap keputusan pembelian kartu telepon seluler XL (Studi Pada Masyarakat di Kecamatan Pademawu).

Kata Kunci: Kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, loyalitas merek dan keputusan pembelian.

RIWAYAT HIDUP

Biodata Diri

Nama : Purnomo Ramadhan
Tempat, Tanggal Lahir : Pamekasan, 18 Maret 1992
Agama : Islam
Kebangsaan : Indonesia
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Dusun Dharma 002/003
Desa Pademawu Barat
Kecamatan Pademawu
Kabupaten Pamekasan
Fakultas/ Jurusan : Ekonomi/ Manajemen
No HP : 085731227937
Email : ramadhan.purnomo@gmail.com

Pendidikan

Tk : Marabar - 1998
SD : SDN. Pademawu Timur V - 2004
SMP : SMPN 2 Pamekasan - 2007
SMA : SMAN 1 Pamekasan – 2010
Perguruan Tinggi : Universitas Trunojoyo Madura - 2015

MOTTO

Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puja dan puji syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan karunia-Nya, sehingga akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan judul : **“Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telepon Seluler XL (Studi Pada Masyarakat Di Kecamatan Pademawu).**

Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan ke haribaan junjungan kita nabi besar Muhammad SAW yang telah memberi bimbingan dan tuntunan sehingga kami dapat membedakan yang *haq* dan yang *bathil*. Skripsi ini disusun guna melengkapi salah satu syarat untuk mendapat gelar sarjana ekonomi pada fakultas ekonomi Universitas Trunojoyo Madura.

Selama penyusunan skripsi ini, penulis banyak sekali memperoleh dorongan, dukungan dan bantuan baik moril maupun materiil, do'a restu serta bimbingan yang sangat berguna dan berharga yang tiada tara. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. H. Pribanus Wantara, Drs., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura.
2. Dr. Mohammad Arief, SE, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura Sekaligus Penguji yang telah memberikan fikirannya untuk memperbaiki skripsi saya.
3. Drs. Mohamad Tambrin, MM, selaku pembimbing pertama yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memberikan bimbingan maupun arahan kepada penulis dari perencanaan penelitian sampai penulisan skripsi ini dengan penuh kesabaran dan keikhlasan.

4. Suyono, SE., M.S.M selaku pembimbing kedua yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiranya untuk memberikan bimbingan maupun arahan kepada penulis selama ini dengan penuh kesabaran dan keikhlasan.
5. Keluarga besarku: Bapakku tercinta H. Moh. Ramli (Alm), Ibuku tercinta HJ. Siti Hasanah, abangku: Azis Prayitno. ST dan Aipda Ahmad Budi susanto, iparku: Eris Wulandari dan Yeni Novianti, ponaanku: dimas, faiq, vira, hafiz serta keluarga besar embah ismail yang telah memberikan dukungan doa semangat dan kasih sayang yang tulus hingga penulis selalu tetap dalam lindungannya. Semoga Allah SWT memberikan tempat yang dinaungi cahaya kemuliaannya serta rahmatnya.
6. Buat sahabat-sahabat saya di etek lake': fefen, dadang, wildan, risky, ipda joko edy, angga, firman.
7. Sahabat gaplek: zulmi, sabran, panjol, dana, reza, uang, wahyu.
8. Sahabat- sahabat saya: bunda suwarno, danial, jaka, gilang, entry, wira, nita, din asri, dini, vera, ira, vina, bak vina.
9. Teman-teman kontraan servis manis manja dan keluarga besar PM makasih banyak atas do'a motivasi, dukungan, serta canda tawa, tanpa kekompakan kalian skripsi ini bakal mandet, maju terus moga langkah kita selalu dirido'i oleh Allah SWT. Aminn.
10. Semua pihak yang telah membantu penulis selama ini, dan terutama dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima Kasih.

Semoga Allah SWT menerima dan membalas atas semua budi baik, amal saleh dan jasa-jasa yang telah diberikan dengan balasan setimpal.

Aamiienn.....

Walaupun penulis telah berusaha semaksimal mungkin, namun penulis benar-benar menyadari bahwa materi yang dibahas dalam penelitian ini masih sangat sederhana dan jauh dari sempurna. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, semua kritik dan saran dari pihak manapun akan penulis terima dan akan kami pertimbangkan sebagai bahan untuk perbaikan dan kemajuan.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Bangkalan, 30 juni 2015

Penulis

Purnomo Ramadhan

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DARTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi

BAB I PENDAHULUAN	1
--------------------------------	----------

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
--------------------------------------	----------

2.1 Landasan Teori.....	8
--------------------------------	----------

2.1.1 Pemasaran dan Konsep Pemasaran	8
2.1.2 Pengertian Ekuitas Merek	11
2.1.3 Peran Ekuitas Merek	13
2.1.4 Pengukuran Ekuitas Merek	15
2.1.5 Pengelolaan Ekuitas Merek.....	18
2.1.6 Pengambilan Keputusan Pembelian.....	25
2.1.7 Hubungan Ekuitas Merek dengan Keputusan Pembelian	26

2.2 Penelitian Terdahulu.....	27
--------------------------------------	-----------

2.3 Kerangka Konseptual	29
2.4 Hipotesis	30
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1 Objek Penelitian	33
3.2 Jenis Penelitian	33
3.3 Populasi dan Sampel	33
3.3.1 Populasi Penelitian	33
3.3.2 Sampel Penelitian	34
3.4 Identifikasi Variabel	35
3.5 Devinisi Oprasional Variabel	36
3.6 Jenis dan Sumber Data	40
3.6.1 Jenis Data	40
3.6.2 Sumber Data	40
3.7 Teknik Analisis Data	40
3.7.1 Uji Kualitas Data	41
3.7.1.1 Uji Validitas Data	41
3.7.1.2 Uji Reabilitas Data	42
3.7.2 Uji asumsi klasik	42
3.7.2.1 Uji Normalitas	43
3.7.2.2 Uji Multikolinieritas	43
3.7.2.3 Uji Heteroskedastisitas	44
3.7.2.4 Uji Auto Korelasi	44

3.7.3 Analisis Regresi Liner Berganda	45
3.7.4 Pengujian Hipotesis.....	46
3.7.4.1 Menentukan Koefisien Determinan Berganda (R^2).....	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	50
4.1.1 Sejarah Singkat Singkat Perusahaan PT. XL Axiata Tbk	50
4.1.2 Jenis dan bentuk Perusahaan PT. XL Axiata Tbk	51
4.1.2.1 Jenis Perusahaan PT. XL Axiata Tbk	51
4.1.2.2 Bentuk Perusahaan PT. XL Axiata Tbk	51
4.2 Gambaran Umum Responden	52
4.2.1 Jenis Kelamin.....	52
4.2.2 Usia Responden	52
4.2.3 Pendapatan Perbulan Responden.....	54
4.2.4 Pekerjaan Responden.....	54
4.3 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Penelitian	55
4.3.1 Penilaian Pelanggan atau Konsumen Atas Variabel	
Kesadaran Merek (X1)	55
4.3.2 Penilaian Pelanggan Atau Konsumen Atas Variabel	
Asosiasi Merek (X2)	57
4.3.3 Penilaian Pembeli atau Konsumen atas Variabel	
Persepsi Kualitas (X3)	58
4.3.4 Penilaian Pembeli atau Konsumen atas Variabel	
Loyalitas Merek(X4)	60

4.3.5 Penilaian Pembeli atau Konsumen atas Keputusan	
Pembelian Kartu TeleponSeluler XL (Y)	61
4.4 Pengujian Instumen Data	62
4.4.1 Uji Validitas.....	62
4.4.2 Uji Realibilitas	64
4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik	65
4.5.1 Uji Multikolinieritas	65
4.5.2 Uji Autokorelasi.....	66
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	66
4.5.4 Uji Normalitas Data.....	67
4.6 Analisis Regresi	68
4.6.1 Pengujian Hipotesis	69
4.6.1.1 Uji Serentak (Uji F)	69
4.6.1.2 Uji Parsial (Uji t)	70
4.6.2 Pembahasan	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	74
5.1 Kesimpulan	74
5.2 Saran	74
Daftar Pustaka	75
Lampiran-Lampiran	77

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengguna Kartu Telepon Seluler XL di Indonesia	3
Tabel 2.1 Rangkuman Penelitian Terdahulu	30
Tabel 4.1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden	51
Tabel 4.2 Karakteristik Usia Responden.....	52
Tabel 4.3 Karakteristik Pendidikan Responden	52
Tabel 4.4 Karakteristik Pendapatan Responden.....	53
Tabel 4.5 Karakteristik Pekerjaan Responden	54
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Variabel Kesadaran Merek (X1).....	55
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Variabel Asosiasi Merek (X2).....	56
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Variabel Persepsi Kualitas (X3)	58
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Variabel Loyalitas Merek (X4).....	59
Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telepon Seluler XL (Y)	60
Tabel 4.11 Uji Validitas Skor Masing-Masing Item Terhadap Total Skor.....	62
Tabel 4.12 Uji Reabilitas Variabel	63
Tabel 4.13 Uji Multikolinieritas	64
Tabel 4.14 Hasil Uji Durbin Watson.....	65
Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	67

Tabel 4.16 Uji Serentak (Uji F)	68
Tabel 4.17 Uji Parsial (Uji t)	69
Tabel 4.18 Hasil Koefisien Determinasi Berganda	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konsep Inti Pemasaran	10
Gambar 2.2 Konsep Dasar Ekuitas Merek	12
Gambar 2.3 Kesadaran Merek	14
Gambar 2.4 Asosiasi Merek	18
Gambar 2.5 Persepsi Kualitas	19
Gambar 2.6 Proses Keputusan Pembelian	26
Gambar 2.7 Kerangka Konseptual	
Gambar 4.1 Grafik Hasil Uji Heteroskedastisitas	55
Gambar 4.2 Grafik Hasil Uji Normalitas	56