ANALISIS PENGARUH EKUITAS MEREK MINUMAN YOGUKU TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Pada PT. Kusumasatria Agrobio Taniperkasa Kota Batu-Malang)

S K R I P S I

Oleh :

ADITYA ADNYANA

NIM . 09510055

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2013

ANALISIS PENGARUH EKUITAS MEREK MINUMAN YOGUKU TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Pada PT. Kusumasatria Agrobio Taniperkasa Kota Batu-Malang)

S K R I P S I

Diajukan Kepada:

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Oleh :

ADITYA ADNYANA

NIM . 09510055

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM

MALANG

2013

LEMBAR PERSEMBAHAN

Puji syukurku pada Allah SWT yang selalu melimpahkan Rahmat yang selalu di berikan, dan tiada hentinya saya
berdoa tuk meminta padaNya, Allah maha Besar Serta Pemberi Rezeki Di Dunia dan Akhirat

Kedua orang tuaku, Bapak dan Ibu yang tidak pernah henti-hentinya
berdoa, selalu mencurahkan kasih sayang, berkorban moril dan materil memberikan harapan yang
indah dan bekerja keras serta kesabaran demi menjadikan anaknya seorang yang berilmu dan beriman.

Dan Kakakku tercinta yang memotivasiku untuk selalu giat belajar dan mendukung memberikan kasih sayang, dan pengertian berupa kesabaran yang tak terkira ukurannya sehingga dapat mengerjakan skripsi
tepat pada waktunya.

SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan dibawah ini saya :

Nama : Aditya Adnyana

NIM : 09510055

Alamat : Karangrejo VI/59 Surabaya

Menyatakan bahwa **"Skripsi"** yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul :

ANALISIS PENGARUH EKUITAS MEREK YOGUKU TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada PT. Kusumasatria Agribio Taniperkasa Kota Batu-Malang)

Adalah hasil karya saya sendiri, bukan **"duplikasi"** dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila dikemudian hari ada **"klaim"** dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat penyartaan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, **2 Januari 2012**

Hormat saya,

Aditya Adnyana

NIM : 09510055

MOTO

''Jadikan masa lalu sebagai pelajaran, masa kini sebagai pembelajaran, dan masa depan sebagai tantangan''

KATA PENGANTAR

Dengan Menyebut Nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Pemurah. Segala puji bagi Allah, Tuhan semesta alam. Sholawat serta salam tak lupa selalu tercurahkan kepada junjungan kita, Rasulullah SAW yang telah memberikan pencerahan kepada umat manusia dari dunia kegelapan menuju dunia yang terang benderang.

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkat, rahmat, dan hidayah-Nya sehingga skripsi yang berjudul **"ANALISIS PENGARUH EKUITAS MEREK MINUMAN YOGUKU TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada PT. Kusumasatria Agrobiotani Perkasa Kota Batu-Malang)"** dapat terselesaikan dengan lancar.

Tak lupa ucapan terimakasih yang teramat dalam saya sampaikan kepada : .

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Suprayogo, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. HA. Muhtadi Ridwan, MA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Dr. H. Achmad Sani Supriyanto, SE., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Bapak Dr.H. Salim Al Idrus MM.,M.Ag selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia dengan sabar meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi.
5. Ayahanda Ir. Hershantanu N.S dan Ibunda IGA Laksmi Adjani yang senantiasa memberikan dukungan dari berbagai aspek dan doa restunya kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan studi S-1 ini.
6. Kakak tersayang Ayu Anugrah Adnyani S.K.M. yang selalu memberikan doa, semangat, kasih sayang, dan pengertian berupa kesabaran yang tak terkira ukurannya kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan studi S-1 ini.
7. Ibu Titik, selaku manajer dari pihak Kusuma Agro yang telah memberikan dukungan dan kesempatan untuk meneliti salah satu produk andalan kusuma
8. Bapak H.Slamet, SE., MM., Ph.D , selaku Dewan Penguji yang telah bersedia memberi motivasi, saran dan kritik yang membangun untuk kesempurnaan penyusunan skripsi.

9. Ibu Irmayanti Hasan, ST., MM selaku Dosen Wali yang sudah memberikan bimbingan dan mengarahkan peneliti selama menempuh studi S-1 ini.
10. Seluruh Dosen, Staff, dan Karyawan atas bekal ilmu, bimbingan, motivasi, dan doa yang telah diberikan kepada peneliti sebagai bekal menjadi pribadi yang lebih berkualitas.
11. Sahabat-sahabatku Fitria, Sufyan, Lucky, Rofek, Uzet, Boim, Bogen, Bayu, Urang, Jack, Sultan, Dandi atas dukungan, motivasi, doa dan selalu ada baik suka maupun duka.
12. Teman-teman Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim periode 2009 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Kebersamaan, kekeluargaan, kekompakan sehingga membuat saya merasa 3,5 tahun sangatlah cepat berlalu.
13. Serta semua pihak yang terlibat dalam penelitian skripsi ini. Terima Kasih.

Semoga Allah senantiasa meridhoi dan memberikan kebahagiaan hidup dunia dan akhirat. Akhirnya, tidak ada yang sempurna di dunia ini, karena kesempurnaan hanyalah milik Allah SWT. Saya sebagai peneliti memohon kepada seluruh pihak, khususnya para pembaca atas kritik dan saran yang membangun guna menambah wawasan dan ilmu pengetahuan di masa mendatang. Semoga skripsi ini bermanfaat. Amin

Malang, 22 Januari 2012

Peneliti

Aditya Adnyana

DAFTAR ISI

Halaman Cover
Halaman Judul i
Lembar Persetujuan ii
Lembar Persembahan iii
Surat Pernyataan iv
Motto v
Kata Pengantar vi
Daftar Isi viii
Daftar Tabel xi
Daftar Gambar xiii
Daftar Lampiran xiv
Abstrak xv

BAB I PENDAHULUAN
1.1. Latar Belakang 1
1.2. Rumusan Masalah 7
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian 7
1.3.1. Tujuan Penelitian 8
1.3.2. Kegunaan Penelitian 8

BAB II KAJIAN PUSTAKA
2.1. Penelitian Terdahulu 10
2.2. Kajian Teori 14
2.2.1. Merek 14
2.2.2. Ekuitas Merek 15
A. Konsep Ekuitas Merek 15
B. Elemen Ekuitas Merek 17
1. *Brand Value* 18
2. *Brand Strenght* 19
3. *Brand Description* 20
2.3. Merek Dalam Perspektif Islam 21
2.4. Keputusan Pembelian 23
2.5. Hub. Ekuitas Merek - Keputusan Pembelian 26
2.6. Kerangka Berfikir 27
2.7. Hipotesis 27

BAB III METODE PENELITIAN
3.1. Lokasi Penelitian 30

3.2. Jenis dan Pendekatan Penelitian 30
3.3. Populasi dan Sampel 31
3.4. Teknik Pengambilan Sampel 32
3.5. Data dan Jenis Data 34
3.6. Teknik Pengumpulan Data 34
3.7. Definisi Operasional Variabel 35
3.8. Model Analisis dan Uji Data 38
1. Uji Validitas dan Reliabilitas 39
2. Anilisis Regresi Linier Berganda 40

BAB IV PAPARAN DAN PEMBAHASAN DATA HASIL PENELITIAN
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian 48
A. Latar Belakang Perusahaan 48
B. Visi dan Misi Perusahaan 52
4.2. Gambaran Karakteristik Responden 53
4.2.1. Data Responden Berdasar Usia 53
4.2.2. Data Responden Berdasar Jenis Kelamin 54
4.3. Analisis Deskriptif Jawaban 54
A. *Brand Value* 55
B. *Brand Strenght* 56
C. *Brand Description* 58
4.4. Uji Validitas Reliabilitas 61
4.5. Koefisien Korelasi 61
4.6. Uji Simultan (F) 62
4.7. Uji Parsial (t) 65

4.8. Pembahasan Hasil Penelitian 71

BAB V PENUTUP
5.1. Kesimpulan 74
5.2. Saran 75

Daftar Pustaka
Lampiran

ABSTRAK

Aditya Adnyana, 2013. SKRIPSI. Judul "Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Minuman Yoguku Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada PT.Kusumasatria Agrobiotani Perkasa Kota Batu-Malang)"
Pembimbing : Dr.H. Salim Al Idrus MM.,M.Ag
Kata Kunci : Analisis Pengaruh Ekuitas Merek, Keputusan Pembelian

Analisis Pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian menjelaskan setiap produk memiliki suatu *brand* yang selalu melekat, sehingga diingat dan di kenang oleh konsumen, peran merek sangat penting sebagai salah satu pertimbangan dalam memutuskan pembelian, disamping sebagai pembeda dari merek lain, merek juga berfungsi sebagai aset. Aset tersebut sangatlah penting, merek yang sudah dikenal oleh banyak orang tentu memiliki nilai aset yang tinggi. Bahkan sudah dilindungi oleh Undang-undang untuk melindungi hak cipta atas merek tertentu. Dikaitkan dengan ekuitas ini mendeskripsikan bagaimana aset-aset dari merek tersebut dalam menambah atau mengurangi liabilitas atau nilai merek tersebut. Dalam penelitian ini aset atau ekuitas yang diukur terdiri dari *brand value, brand setrenght* dan *brand description*. Yoguku adalah salah satu merek minuman berjenis yoghurt diproduksi oleh PT. Kusumasatria Agrobio Taniperkasa, salah satu perusahaan berada di Kota Batu-Malang. Berbagai jenis merek minuman yoghurt yang beredar dipasaran seperti Yakult, Nice, Chimory, Yumy yofut. Yoguku adalah salah satu merek yoghurt khususnya dikota Batu-Malang. Sehingga dari situlah akan diungkap pengaruh atas ekuitas merek yoguku dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengungkap pengaruh secara simultan atas ekuitas merek terhadap keputusan pembelian, dan pengaruh secara parsial dimana akan diuji satu-per satu atas variabel *brand value, brand setrenght* dan *brand description.*

Penelitian ini bersifat kualitatif-kuantitatif dengan pendekatan inferensial dalam hal ini peneliti melakukan pengujian terhadap hipotesis yang dibangun berdasarkan kajian teori, kemudian melakukan pengumpulan data dilapangan dengan cara menyebar kuisioner dimana bersumber dari populasi atau konsumen yoguku dengan mengambil sebagian sampel menggunakan rumus Maholtra dan dilakukan pengujian yaitu analisis regresi linier berganda dan uji validitas, reliabilitas dan hasil pengujian ditarik sebuah kesimpulan. Dalam penelitian ini pengolahan data menggunakan teknik statistik parametrik dengan menggunakan skala ordinal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: secara simultan 3 variabel dari ekuitas merek bersama-sama berpengaruh postif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan uji secara parsial menunjukkan bahwa 1. *Brand value* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. 2. *Brand strenght* berpengaruh signifikan dan menjadi variabel paling dominan terhadap keputusan pembelian. 3. Diikuti variabel *Brand description* yang juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

ABSTRACT

Adnyana, Aditya, 2013. Thesis. Title "The Analysis of Brand Equity Effect of Yoguku Beverage Toward Purchase Desicion (Study on PT. Kusumasatria Agrobiotani Perkasa Batu-Malang)"
Advisor : Dr.H. Salim Al Idrus MM.,M.Ag
Keywords : Analysis of Brand Equity Effect, Purchase Decision

Analysis of brand equity effect on purchase decision explains that each product has its attached brand so that the consumers would keep it in mind and remember it. The role of the brand is very important to consider in purchase decision. Beside as differentiator from other brands, the brand also has function as an asset. Those assets are very important; a brand that is popular certainly has a high asset value. Some brands even register their copyright to protect their products. Associated with this equity, it describes how the assets of those brands in increasing or decreasing the liabilities or the brands value. In this research, the asset or equity which is measured consists of brand value, strength and description. Yoguku is a brand of yoghurt drink produced by PT. Kusumasatria Agrobio Taniperkasa which is located in Batu-Malang. There are various brands of yoghurt drink in the market such as Yakult, Nice, Chimory, Yumy Yofut. Yoguku is one of the yogurt brands in Batu-Malang. As a result, this research tries to reveal the influence of Yoguku brand equity on consumers' purchasing decisions. The purpose of this study is to discover the simultaneous influence of brand equity on purchase decisions, and the partial effect of which will be tested one by one over the variables of brand values, strength and description.

This research is a qualitative-quantitative one with inferential approach. In this case the researcher tests the hypothesis built based on the study of the theory, then collects the data in the field by spreading questionnaires to the population or Yoguku consumers by taking some samples using Maholtra formula and test them by multiple linear regression, validity, and reliability analysis. Finally, the conclusion is drawn from the test results. In this research, the data processing employs parametric statistical techniques by using ordinal scale.

The results showed that: simultaneously 3 variables of brand equity have positive and significant influence on costumers' purchase decisions, while the partial test showed that 1. Brand value has no significant influence on the purchase decision. 2. Brand strength has a significant influence and become the most dominant variable on purchase decisions. 3. Brand description variable also has significant influence on the consumer purchasing decisions.