

**PENGARUH DIMENSI EKUITAS MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PASTA GIGI
PEPSODENT (STUDI EMPERIS PADA KONSUMEN
SUPERMARKET LUWES NGAWI)**



OLEH :
VADELIA RAHMANDA KUNSIDARTA
51416072

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

PENGARUH DIMENSI EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PASTA GIGI PEPSODENT (STUDI EMPIRIS PADA
KONSUMEN SUPERMARKET LUWES NGAWI)

SKRIPSI

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

OLEH:

VADELIA RAHMANDA KUNSIDARTA
51416072

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

HALAMAN PERSETUJUAN

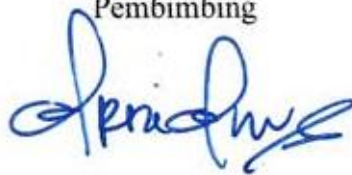
SKRIPSI

PENGARUH DIMENSI EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PASTA GIGI PEPSODENT (STUDI EMPIRIS PADA
KONSUMEN SUPERMARKET LUWES NGAWI)

Oleh :
VADELIA RAHMANDA KUNSIDARTA
51416072

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing



Ardianus Laurens Paulus, S.E., M.Sc.
NIDN. 0721048301

Tanggal : 7 Juni 2021

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : Vadelia Rahmanda Kunsidarta NIM 51416072
Telah diuji pada tanggal 7 Juni 2021 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji



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

Mengetahui

Dekan,



Dr. Ludovicus Lasdi, MM., AK., CA., CPA
NIDN: 0713097203

Ketua Progam Studi,



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

**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 : Vadelia Rahmanda Kunsidarta
Nim : 51416072
Judul Skripsi : Pengaruh Dimensi Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi Pepsodent (Studi Empiris Pada Konsumen Supermarket Luwes Ngawi)

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 Kampus Madiun. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Madiun, 7 Juni 2021

Yang menyatakan

A 10,000 Rupiah Indonesian postage stamp is shown with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'REPUBLIK INDONESIA', '10000', and 'METERA TEMPEL'. The serial number 'B1B90A.X1986222U9' is visible at the bottom.

(Vadelia Rahmanda K)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Dimensi Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pata Gigi Pepsodent” sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada PSDKU (Program Studi Di Luar Kampus Utama) Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa penulisan ini tidak dapat terselesaikan tanpa doa serta dukungan dari berbagai pihak baik moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus karena atas kasih dan penyertaanNYA saya bisa menempuh pendidikan perguruan tinggi dan dilancarkan segala urusan.
2. Bapak Ardianus Laurens Paulus, S.E., M.Sc. selaku dosen pembimbing dan wali studi yang telah 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.
3. Ibu Dra. Dyah Kurniawati, M.S.i. selaku ketua program studi di luar kampus utama (PSDKU) Manajemen yang telah berkenan memberikan ilmu, waktu, tenaga, pikiran, dan mengarahkan serta memberi motivasi selama penyusunan skripsi ini.
4. Seluruh Bapak/Ibu dosen program studi di luar kampus utama (PSDKU) Manajemen, 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. Ayah dan bunda atas doa dan dukungan yang memotivasi saya untuk selalu berjuang serta bersemangat untuk menyelesaikan penyusunan skripsi.

7. Seluruh keluarga besar penulis yang selalu memberikan doa, dukungan, dan motivasi kepada penulis dalam proses pengerjaan skripsi.
8. Calon suami saya Yason Faedda beserta keluarga besarnya yang selalu mendukung dan mendoakan saya untuk menyelesaikan proses pengerjaan skripsi.
9. Seluruh teman-teman seangkatan, teman-teman KKN serta teman kelas Manajemen B angkatan 2016 dan yang telah mengisis hari-hari selama perkuliahan.
10. Teman seperjuangan Veronica Dina A, Novela Widi, Thantiani Widi O, Nanda Hayuning, Seren Meidia K, Pricila, Dewi Naryah, Riza afriana dan Triana Oktavia yang selalu menjadi tempat berbagi cerita dan memberikan *support* selama penulisan penelitian ini.
11. Seluruh responden yang ada pada obyek penelitian skripsi ini yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner guna membantu proses penyelesaian skripsi.
12. 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 kekurangan dalam penyusunan bahwa 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, 7 Juni 2021



(Vadelia Rahmanda K)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Pemasaran	11
2.1.2 Bauran Pemasaran	12
2.1.3 Kesadaran Merk	20
2.1.4 Asosiasi Merk	20
2.1.5 Persepsi Kualitas	21
2.1.6 Loyalitas Merk	22
2.1.7 Keputusan Pembelian.....	22
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Pengembangan Hipotesis	26
2.3.1 Hubungan Antar Variabel	26
2.3.2 Hipotesis Penelitian	28
2.4 Model Penelitian	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Desain Penelitian.....	30
3.2 Identifikasi Variabel, Divinisi Operasional, dan Pengukuran Variabel	30
3.2.1 Identifikasi Variabel	30
3.2.2 Definisi Operasional	31
3.3 Skala Pengukuran Variabel	32
3.4 Jenis dan Sumber Data	33
3.5 Metode Pengumpulan Data	33
3.6 Populasi, Sampel, dan Teknik Penyampelan	34
3.6.1 Populasi	34

3.6.2 Sampel	34
3.6.3 Teknik Penyampelan	34
3.7 Teknik Analisis Data	34
3.7.1 Analisis Statistik deskriptif	34
3.7.2 Uji Kualitas Data.....	35
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	35
3.7.4 Uji Regresi Linier Berganda	36
3.7.5 Uji Hipotesis	37
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	39
4.2 Deskripsi Data.....	40
4.3 Deskripsi Variabel	43
4.4 Analisis Data	51
4.4.1 Uji Kualitas Data.....	51
4.4.2 Uji Asumsi Klasik	53
4.4.3 Uji regresi Linier Berganda.....	54
4.4.4 Uji Hipotesis	56
4.4.5 Koefisien Determinasi	59
4.5 Pembahasan	59
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Keterbatasan Penelitian	63
5.3 Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	29
Gambar 4.1 Kurva Pengambilan Keputusan X1	57
Gambar 4.2 Kurva Pengambilan Keputusan X2	57
Gambar 4.3 Kurva Pengambilan Keputusan X3	58
Gambar 4.4 Kurva Pengambilan Keputusan X4	59

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Top Brand Award Index</i> Pasta Gigi	3
Tabel 1.2 Data Penjualan Pasta Gigi Pepsodent	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.2 Karakter Berdasarkan Usia	41
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Alamat	41
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	42
Tabel 4.5 Rentang Skala	43
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Variabel Kesadaran Merek	43
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Variabel Asosiasi Merek	44
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Variabel Persepsi Kualitas	46
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Variabel Loyalitas Merek	48
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian	49
Tabel 4.11 Rangkuman Hasil Uji Validitas	51
Tabel 4.12 Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas	53
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas	53
Tabel 4.15 Hasil Uji Heterokedastisitas	54
Tabel 4.16 Ringkasan Hasil Uji Regresi	55

Pengaruh Dimensi Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi Pepsodent (Studi Empiris Pada Konsumen *Supermarket* Luwes Ngawi)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji signifikansi pengaruh dimensi ekuitas merek terhadap keputusan pembelian pasta gigi pepsodent pada *Supermarket* Luwes Ngawi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan teknik *purposive sampling*. Teknis analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas dan loyalitas merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 80% artinya variabel kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas dan loyalitas merek terhadap keputusan pembelian menjelaskan pengaruh sebesar 80% sedangkan sisanya sebesar 20% yang dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci : Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas, Loyalitas Merek dan Keputusan Pembelian.

The Effect of Brand Equity Dimensions on Pepsodent Toothpaste Purchase Decisions (Empirical Study of Luwes Ngawi *Supermarket* Consumers)

ABSTRACT

This study aims to examine the significance of the effect of brand equity dimensions on purchasing decisions pepsodent toothpaste at Luwes Ngawi *Supermarket* . The sample used in this study were 100 respondents with a *purposive sampling technique* . The data analysis technique uses multiple linear regression. The results showed that the variables of brand awareness, brand association, perceived quality and brand loyalty had a significant positive effect on purchasing decisions. The coefficient of determination (R^2) is 80%. This means that the variable brand awareness, brand association, perceived quality and brand loyalty towards purchasing decisions explains the effect of 80% while the remaining 20% is influenced by other variables.

Keywords : Brand Awareness, Brand Association, Quality Perception, Brand Loyalty and Purchasing Decisions.