

**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN BATIK
(Studi Kasus Konsumen Batik “Luar Biasa” Laweyan)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Mencapai Derajat Sarjana S-1**



Disusun Oleh:

**AGUNG WICAKSONO
B 100080094**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2014

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN BATIK
(Studi Kasus Konsumen Batik “Luar Biasa” Laweyan)**

Yang ditulis oleh:

AGUNG WICAKSONO
B 100080094

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, Juni 2014

Pembimbing Utama

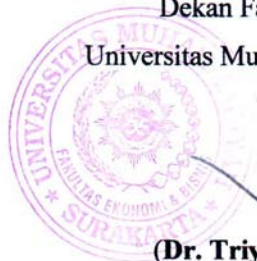


(Wiyadi, Drs. MM)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Triyono, SE., M. Si)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : AGUNG WICAKSONO
NIRM : B 100 080 094
Jurusan : MANAJEMEN
Judul Skripsi : PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN BATIK (Studi
Kasus Konsumen Batik "Luar Biasa" Laweyan)
:
:

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, **JUNI 2014**

Yang membuat pernyataan,

AGUNG WICAKSONO

MOTTO

You'll never walk alone
(Liverpool Fc)

PERSEMBAHAN

Karya ini dipersembahkan sebagai rasa syukur, sayang, hormat, cinta dan baktiku serta rasa tanggung jawabku selama ini kepada:

Allah SWT atas seluruh Rahmat dan KaruniaNya sehingga proses pembuatan karya ini dapat selesai dengan baik

Ayahanda dan ibundaku tercinta dengan segala hormat dan baktiku, terimakasih atas kasih sayang, bimbingan, keikhlasan, dan rangkaian doamu yang tiada pernah putus dan semua yang telah engkau berikan kepadaku, semoga kudapat persembahkan sesuatu yang lebih berarti suatu saat nanti, dan bisa membuat kalian bangga terhadap anakmu ini

Terimakasih kepada keluarga besarku tersayang yang selalu memberikan dukungan dan doa kepadaku

Terimakasih kepada Anak tersayang dan Istri tercinta sebagai pemacu semangat, memberikan kasih sayang

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah. Puji dan syukur pada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BATIK (Studi Kasus Konsumen Batik “Luar Biasa” Laweyan)”. Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Program Sarjana Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penulis masih menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam pengungkapan, penyajian, dan pemilihan kata-kata maupun pembahasan materi skripsi ini. Oleh karena itu dengan kerendahan hati penulis mengharapkan saran, kritik dan masukan dari semua pihak untuk perbaikan skripsi ini.

Bersama diiringi rasa syukur kepada Allah SWT, maka pada kesempatan yang baik ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat, penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. Bambang Setiaji, MS, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Triyono, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Dr. Anton Setiawan, M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

4. Bapak Jati Waskito, SE, M.Si., selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan pengarahan dan nasehat selama masa kuliah di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Bapak Wiyadi, Drs. MM., selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dan perhatiannya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Bapak dan ibu yang senantiasa memotivasi, mendoakan, dan memberikan segala yang terbaik. Serta cinta dan kasih sayang yang begitu tulus. Terima kasih atas segalanya.
7. Para responden yang telah membantu penelitian ini dengan meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah tulus dan ikhlas memberikan doa dan dukungan hingga dapat terselesaikannya skripsi ini.

Semoga skripsi ini juga bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, Juni 2014

Penulis

Agung Wicaksono

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	8
1. Ekuitas Merek	8
2. Keputusan Pembelian	14

	3. Hubungan Ekuitas Merek dengan Keputusan	
	Pembelian	18
	B. Hasil Penelitian Terdahulu	19
	C. Kerangka Pemikiran	21
	D. Hipotesis	22
BAB	III	METODOLOGI PENELITIAN
	A. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	24
	B. Data dan Sumber Data	24
	C. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	25
	D. Metode Analisis Data	27
	1. Uji Instrumen Penelitian.....	27
	2. Uji Asumsi Klasik	27
	3. Uji Hipotesis Penelitian	30
BAB	IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
	A. Hasil Penelitian	35
	1. Sejarah Singkat CV. Luar Biasa Laweyan	35
	2. Visi dan Misi CV. Luar Biasa Laweyan.....	36
	3. Struktur Organisasi CV. Luar Biasa Laweyan	36
	4. Deskripsi Jabatan	37
	5. Karakteristik Responden Penelitian	39
	B. Analisis Data	41
	1. Hasil Uji Deskriptif Data	41
	2. Hasil Uji Instrumen Penelitian	42

	3. Pengujian Asumsi Klasik	46
	4. Pengujian Hipotesis	48
	C. Pembahasan	56
BAB V	PENUTUP	
	A. Kesimpulan.....	61
	B. Keterbatasan Penelitian	61
	C. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN-LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel I.1	Volume Penjualan CV. Batik Luar Biasa	4
Tabel IV.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel IV.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	39
Tabel IV.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah	40
Tabel IV.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	40
Tabel IV.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
Tabel IV.6	Deskripsi Data Penelitian	42
Tabel IV.7	Hasil Uji Validitas Variabel Kesadaran Merek	43
Tabel IV.8	Hasil Uji Validitas Variabel Asosiasi Merek	43
Tabel IV.9	Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kualitas	44
Tabel IV.10	Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Merek	44
Tabel IV.11	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	44
Tabel IV.12	Hasil Uji Reliabilitas	46
Tabel IV.13	Hasil Uji Multikolinearitas	47
Tabel IV.14	Hasil Uji Heteroskedastisitas	47
Tabel IV.15	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	48

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1	Konsep <i>Brand Equity</i> 11
Gambar II.2	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian 16
Gambar II.3	Kerangka Pemikiran 22
Gambar IV.1	Struktur Organisasi CV. Luar Biasa Laweyan 37

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian
- Lampiran 3 Hasil Uji Instrumen Penelitian
- Lampiran 4 Hasil Uji Deskriptif Data Penelitian
- Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 6 Hasil Uji Hipotesis Penelitian
- Lampiran 7 Distribusi Nilai r_{tabel}
- Lampiran 8 Distribusi Nilai t_{tabel}
- Lampiran 9 Distribusi Nilai F_{tabel}

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian batik (studi kasus konsumen Batik Luar Biasa Laweyan).

Variabel ekuitas merek yang akan dianalisis pengaruhnya terhadap keputusan pembelian batik (studi kasus konsumen Batik Luar Biasa Laweyan) terdiri dari kesadaran merek (*brand awareness*), persepsi kualitas (*perceived quality*), asosiasi merek (*brand association*), dan loyalitas merek (*brand loyalty*), baik secara parsial maupun simultan.

Populasi penelitian adalah semua konsumen CV. Luar Biasa Laweyan tahun 2012, sampel penelitian berjumlah 50 responden dengan teknik *accidental sampling*. Data diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner, dengan skala Likert 1-4. Metode analisis data menggunakan: (1) Uji instrumen penelitian, terdiri dari uji validitas dan reliabilitas. (2) Uji asumsi klasik, terdiri dari uji normalitas, multikolinearitas dan heteroskedastisitas. (3) Uji regresi linear berganda, terdiri dari uji t, uji F dan uji koefisien determinasi.

Hasil analisis data diperoleh hasil penelitian sebagai berikut: (1) Secara parsial kesadaran merek berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) Secara parsial asosiasi merek, persepsi kualitas, loyalitas merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. (3) Secara simultan kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, dan loyalitas merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Ekuitas Merek, Keputusan Pembelian, Konsumen Batik