

**“Analisis Pengaruh Hubungan Ekuitas Merek Berbasis Konsumen pada Minat
Beli :Industri *Smartphone* di Yogyakarta”.**

SKRIPSI

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar sarjana
strata-1 di jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia



Oleh :

Nama : Gumelar Prayuda Wicaksono

Nomor Mahasiswa : 11311664

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2016

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“ Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku. ”

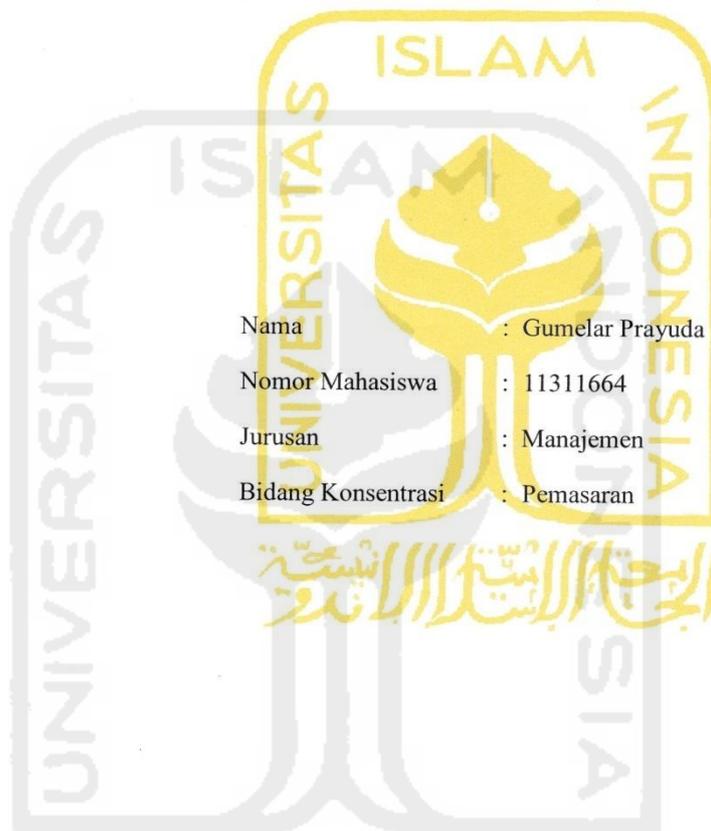
Yogyakarta, 15 Januari 2016

Penulis,



(Gumelar Prayuda Wicaksono)

**“Analisis Pengaruh Hubungan Ekuitas Merek Berbasis Konsumen pada Minat Beli
:Industri Smartphone di Yogyakarta”.**

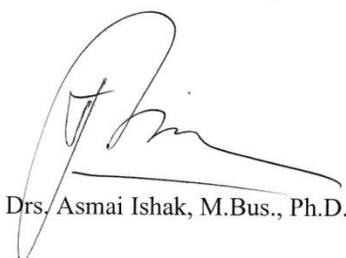


Nama : Gumelar Prayuda Wicaksono
Nomor Mahasiswa : 11311664
Jurusan : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, 14 Desember 2015

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,



Drs. Asmai Ishak, M.Bus., Ph.D.

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**ANALISIS PENGARUH HUBUNGAN EKUITAS MEREK BERBASIS KONSUMEN PADA
MINAT BELI INDUSTRI SMARTPHONE DI YOGYAKARTA**

Disusun Oleh : **GUMELAR PRAYUDA WICAKSONO**

Nomor Mahasiswa : **11311664**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Rabu, tanggal: 17 Februari 2016

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Asma'i Ishak, Drs., M.Bus., Ph.D.

Penguji : Albari, Drs., M.Si

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia

Dr. D. Agus Harjito, M.Si



ABSTRACT

This research purpose is to determine the effect of consumer-based brand equity relationships developed by Aaker (1991), namely brand awareness, brand image, perceived quality and brand loyalty on consumer purchase intention smartphone industry in Yogyakarta. In this study population is particular communities in Yogyakarta. Whoever using smartphone or buy the products, without limiting users of other consumer electronics. Populations have been selected for diversity, responsive, and sensitive to changes. The sample in this study amounted to 200 respondents. By using the convenience sampling technique, that researchers have the freedom to choose anyone who is found to be the respondent. In this case the path used to distribute the questionnaire, is using the hard copy. From the raw data is then selected and screened to obtain quality data. From these results, finding that there is a positive relationship between multiple brand awareness (BA), brand image (BI), perceived quality (PQ), brand loyalty (BL) towards buying interest (PI) smartphone. The findings in this study provide information on the brand equity as familiar with the brand, the image of the brand, the perception of the brand and brand loyalty is the particular brand of smartphones purchase intention from the standpoint of the consumer.

Keywords: *Brand Equity, Brand Awareness, Brand Image, Perceived Quality, Brand Loyalty, Purchase Intention*



ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh hubungan ekuitas merek berbasis konsumen yang dikembangkan oleh *Aaker* (1991), yaitu kesadaran merek, citra merek, persepsi kualitas dan loyalitas merek terhadap minat beli konsumen pada industri *smartphone* di Yogyakarta. Dalam penelitian ini populasinya adalah masyarakat di Yogyakarta, yang pernah menggunakan ataupun membeli produk *smartphone*, tanpa membatasi pengguna *elektronik* dari konsumen produk lainnya. Populasi ini dipilih karena adanya keragaman, cepat tanggap, serta peka terhadap perubahan. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 200 responden. Dengan menggunakan teknik convenience sampling, yaitu peneliti memiliki kebebasan untuk memilih siapa saja yang ditemukan untuk dijadikan responden. Dalam hal ini jalur yang digunakan untuk mendistribusikan kuesioner tersebut, adalah menggunakan *hard copy*. Dari data mentah ini kemudian dipilih dan disaring untuk memperoleh data yang berkualitas. Dari hasil penelitian ini, menemukan bahwa ada hubungan yang positif antara kesadaran merek (BA), citra Merek (BI), persepsi kualitas (PQ), loyalitas merek (BL) terhadap minat beli (PI) *smartphone*. Temuan pada penelitian ini memberikan informasi mengenai ekuitas merek seperti mengenal merek tersebut, citra dari merek tersebut, persepsi mengenai merek tersebut dan loyalitas terhadap merek tersebut pada minat pembelian *smartphone* merek tertentu dari sudut pandang konsumen.

Kata Kunci : *Ekuitas Merek, Kesadaran Merek, Citra Merek, Persepsi Kualitas, Loyalitas Merek, Minat Beli*

KATA PENGANTAR



Segala puji hanya bagi Allah SWT, Rabb semesta alam. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada teladan terbaik sepanjang masa, Rasulullah SAW, keluarga, para sahabat dan orang-orang yang senantiasa istiqomah di jalan-Nya hingga akhir zaman. Berkatrahmat dan keridhoan Allah SWT saya dapat menyelesaikan tugas akhir atau skripsi yang berjudul **“ANALISIS PENGARUH HUBUNGAN EKUITAS MEREK BERBASIS KONSUMEN PADA MINAT BELI :INDUSTRI SMARTPHONE DI YOGYAKARTA”**. Sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana strata S-1 pada Program Studi Manajemen di Universitas Islam Indonesia.

Dalam penyusunan skripsi ini tentunya masih terdapat banyak kekurangan baik dari segi penyusunan maupun tulisan dalam skripsi ini, oleh sebab itu saran dan kritik yang membangun untuk dapat menyempurnakan laporan ini saya harapkan. Atas bantuan serta kerjasamanya selama ini, semoga Allah SWT memberikan balasan yang lebih baik dari yang selama ini telah kita berikan. Oleh sebab itu saya mohon maaf atas segala khilaf. Semoga hasil tugas akhir atau skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, paling tidak untuk diri saya sendiri khususnya dan para pembaca pada umumnya.

Penulis menyadari bahwa dalam melaksanakan penelitian ini, penulis mendapat bantuan serta bimbingan moral dari berbagai pihak, oleh sebab itu saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya pada semua yang terlibat dalam pembuatan skripsi kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Harsoyo, M.Sc. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. Dwipraptono AgusHarjito, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
3. Bapak Drs. Asmai Ishak, M.Bus., Ph.D selaku dosen pembimbing Skripsi yang selama ini membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dan drs.,M.Si Albari selaku dosen penguji tugas akhir.
4. Kepada Ayah dan Ibu, untuk doa yang tak pernah putus. Kasih sayang, cinta dan kesabaran dan semangat yang selalu berkobar dan tidak kenal lelah untuk mencari nafkah dan biaya kuliah demi mewujudkan impian penulis, terima kasih untuk semuanya, tiada kata lain yang mampu putramu sampaikan untuk semua yang telah kalian berikan.
5. Kepada kakak dan adikku tersayang, yang tidak pernah lelah member semangat dan bantuan. Terima kasih karena masih menyempatkan waktu untuku disela-sela kesibukan pekerjaan dan studi kalian. Kepada kakak ipar dan keponakanku yang baru beberapa bulan memberikan cahaya semangat dalam menempuh dan membantu studi penulis selama ini.
6. Kepada Keluarga besarku terima kasih untuk doa, kasih ayang, dan perhatian yang kalian berikan, sehingga penulis tak pernah merasa sendiri walau jauh dari kampung halaman.
7. Kepada Fatma Era Yuana, terima kasih sudah mau menungguku selama ini, biarpun penulis hanya member masalah dan beban bagi dirimu tiap harinya dan

terima kasih untuk selalu setia menyemangati penulis dikala penulis mulai merasa lelah, jenuh dan bosan dalam setiap proses mengejar impian. Walaupun semuanya ini sudah selesai, penulis berharap bisa berharap hubungan kita jadi normal kembali.

8. Teman-teman yang banyak membantu penulis dengan sindiran dan cemoohan yang membakar semangat agar menyelesaikan skripsi dengan segera Ai Goekiel, Rizky Lahat, Mojo jojo, Adit Roh Kudus, Private Aar , Gina the Pervert, Deni the lizardman, Arif the retardedglasses, Abdul Aziz Gagap, Gema Bastian Steel, Icha the informan, General Jannah, Tikachu, Wiwin Syahrini, yang sering menjadi teman curhat kala skripsi mengalami kendala,
9. Tidak lupa teman-teman KKN Unit 47 Ari, Abi, Hani, Riska, Yuana, Hendri, Zaky, dan Anis. Yang memberi pengetahuan dan pengalaman yang menarik selama penulis memikirkan skripsi.
10. Semua pihak yang sudah membantu penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih untuk semuanya.

Penulis berharap semoga Skripsi ini bisa memberikan manfaat dalam ilmu pengetahuan khususnya dibidang Manajemen Pemasaran.

Wassalamu'alaikum. Wr. Wb.

Yogyakarta, 15 Januari 2016

Penulis

(Gumelar Prayuda Wicaksono)