



**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK IPHONE DI
KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

diajukan untuk memenuhi syarat penyelesaian program S-1
Di Bidang Ilmu Pendidikan Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Widya Kartika

Oleh

William Heri Susanto
111.18.013

PEMBIMBING:

Muis Murtadho, S.E., M.M.
NIP : 111/12.78/10.10/968

UWIKA

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS WIDYA KARTIKA SURABAYA**

**SURABAYA
2022**

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Pengasih dengan kelimpahan kasih , karunia , serta kehendaknya sehingga Tugas Akhir Skripsi dengan judul “Pengaruh Ekuitas Merk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Iphone Di Kota Surabaya” dapat di selesaikan dengan baik. Selesainya Tugas Akhir ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan , serta do’a dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini ingin menyampaikan terima kasih kepada semuanya yang telah membantu dalam pembuatan karya ini, ucapan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada yang terhormat :

1. Tuhan Yang Maha Esa, yang membimbing serta menyertai saya dalam menyelesaikan penelitian ini
2. F. Priyo Suprobo ST., M.T. Sebagai Rektor Universitas Widya Kartika yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu di Universitas Widya Kartika
3. Yulius Hari, S.Kom., M.Kom. MBA., Wakil Rektor 1 Bidang Akademik Universitas Widya Kartika yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu di Universitas Widya Kartika
4. Dr. Erna Ferrinadewi, S.E., M.M selaku Kepala Prodi Manajemen Universitas Widya Kartika
5. Muis Murtadho, S.E, M.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah menyediakan waktu, tenaga, pikiran, serta memberi dukungan dan membimbing saya dalam penyusunan penelitian ini
6. Erwin Rediono Tan, MBA selaku Dosen Pembimbing II yang telah menyediakan waktu, tenaga, pikiran, serta memberi dukungan dan membimbing saya dalam penyusunan penelitian ini
7. Martinus Rukismono, S.E., M.M selaku Dosen Wali saya yang telah membimbing dan menuntun saya selama Proses Belajar Mengajar

Dan akhir kata dari peneliti bahwa skripsi ini tidak sempurna karena penulis memiliki keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki. Maka dari itu, peneliti menerima kritik serta saran yang dapat membangun bagi semua pihak

ABSTRAK

Ketertarikan orang pada teknologi, atau 'merek', selalu menjadi hal yang sangat penting. Oleh karena itu, perkembangan teknologi meningkatkan jumlah produk dan pesaing baru di industri telekomunikasi, menempatkan konsumen sebagai yang utama dan konsumen dengan lebih banyak pilihan dan informasi sebagai raja. Pada era ini, telekomunikasi juga menjadi lapangan usaha yang kompetitif bagi para pelaku usaha karena potensinya yang luar biasa. Situasi ini menyebabkan persaingan antar perusahaan, dan para pemain menemukan diri mereka perlu memaksimalkan kekayaan perusahaan mereka untuk bertahan hidup dari perusahaan yang memproduksi produk "*smartphone*". Salah satu cara untuk mencapai keadaan ini adalah "*MERK*". Kotler (2004) menjelaskan bahwa merek sangat berguna dalam mengidentifikasi barang atau jasa dari satu atau sekelompok penerbit, membedakannya dari produk sejenis dari penerbit lain. Bagi mereka, bagi setiap perusahaan, 'merek' adalah segalanya yang membentuknya dan modal terpenting. Karena itu adalah dasar keunggulan kompetitif dan sumber pendapatan masa depan. Dalam penelitian ini, kami mengadopsi metode menggunakan kuesioner berdasarkan hasil yang diperoleh. Loyalitas merek karena itu menerima nilai yang paling dominan dalam keputusan pembelian. Loyalitas konsumen *iPhone* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Sebagai hasil dari penelitian ini, kita dapat sampai pada kesimpulan bahwa pengguna *iPhone* sering memberikan umpan balik yang positif kepada konsumen.

The logo for Universitas Widya Kartika (UWIKKA) is centered on the page. It features a stylized blue and yellow graphic above the word "UWIKKA" in a large, bold, blue sans-serif font.

UWIKKA

Kata Kunci : Ekuitas Merek, Keputusan Pembelian

ABSTARCT

People's attention to technology or we can call it "Brand" has a very high priority from the past until now. Thus, the development of technology increases the number of new products and competitors in the telecommunications industry which makes consumers become like kings, where consumers are prioritized and have many choices and information. In this era, telecommunications has also become a business arena that is contested by business actors because of its extraordinary potential. This situation causes competition between companies so that the actors realize that there is a need to maximize the company's assets for the sake of the continuity of the company that produces "SMARTPHONE" products. One way to achieve this state is "MERK". Kotler (2004) explained that the brand is very useful to identify the goods or services of one or a group of presenters and can be distinguished from similar products from other presenters. Every company, for them "BRAND" is everything that represents it and is the most important asset, because it is the basis of competitive advantage and source of income in the future. And in this study the method used is to use a questionnaire from the results that have been obtained Brand Loyalty gets the most dominant value thus in purchasing decisions iPhone consumer loyalty is very influential in Consumer Purchase Decisions, from the results of this study it can be concluded that iPhone users often provide input positive for consumers out there



UWIKKA

Keywords : Brand Equity, Purchase Decision

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
ABSTARCT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Perumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.5 Lingkup Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB II	Error! Bookmark not defined.
TINJAUAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
2.1 Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Muhammad Reza Yusuf (2018).....	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Pesta Gultom (2020).....	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 Widya Arlita Anggraeni (2016).....	Error! Bookmark not defined.
2.2 Persamaan Penelitian dan Perbedaan Peniliti Terdahulu ..	Error! Bookmark not defined.
2.2.1 Persamaan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
2.2.2 Perbedaan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
2.3 Landasan Teori	Error! Bookmark not defined.
2.3.1 Pengertian Merek.....	Error! Bookmark not defined.
2.4 Kerangka Pikir.....	Error! Bookmark not defined.
2.5 Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
2.6 Flow Chart	Error! Bookmark not defined.
BAB III	Error! Bookmark not defined.
METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1 Jenis Penelitian	Error! Bookmark not defined.

3.2 Populasi	Error! Bookmark not defined.
3.3 Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.3.1 Teknik Pengumpulan data	Error! Bookmark not defined.
3.3.2 Teknik Pengambilan Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.4 Definisi Operasional & Indikator Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.5 Teknik Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
3.5.1 Macam – Macam Analisis Regresi	Error! Bookmark not defined.
3.5.2 Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
3.5.3 Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
3.5.4 Uji Asumsi Klasik.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.5 Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB IV	Error! Bookmark not defined.
ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	Error! Bookmark not defined.
4.1 Karakteristik Responden	Error! Bookmark not defined.
4.2 Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
4.2.1 Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
4.2.2 Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
4.3 Uji Asumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.
4.3.1 Uji Normalitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.2 Uji Heteroskedastisitas	Error! Bookmark not defined.
4.3.3 Uji Multikolonieritas.....	Error! Bookmark not defined.
4.4 Uji Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
4.4.1 Koefisien Determinasi (R^2).....	Error! Bookmark not defined.
4.4.2 Hasil Uji T	Error! Bookmark not defined.
4.4.3 Uji F.....	Error! Bookmark not defined.
4.4.4 Regresi Linear Berganda	Error! Bookmark not defined.
BAB V.....	Error! Bookmark not defined.
KESIMPULAN DAN SARAN	Error! Bookmark not defined.
5.1 Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
5.2 Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

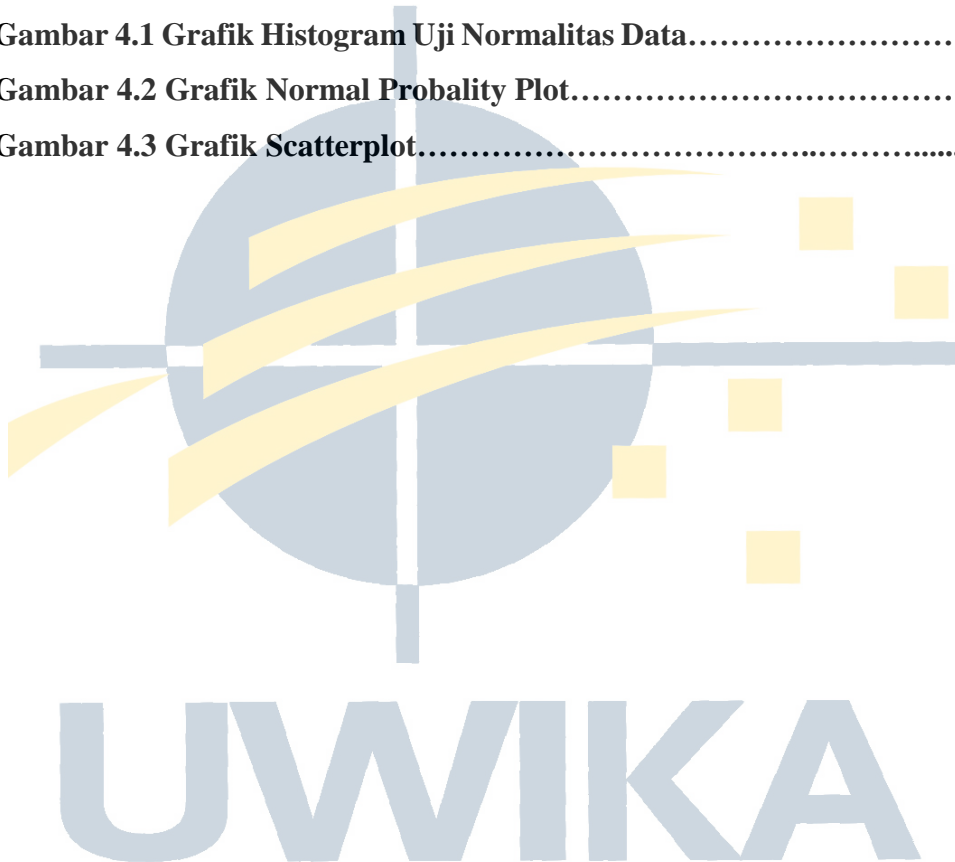
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Sekunder.....	7
Tabel 2.1 Peneliti Terdahulu.....	11
Tabel 3.1 Definisi Operasional & Indikator Penelitian.....	40
Tabel 4.1 Deskripsi Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4.2 Deskripsi iUsia.....	54
Tabel 4.3 Tabel Validitas.....	55
Tabel 4.4 Tabel Reliabilitas.....	56
Tabel 4.5 Hasil UjiNormalitasData.....	58
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolonieritas.....	62
Tabel 4.7 Koefisien Determinasi.....	62
Tabel 4.8 Uji T.....	63
Tabel 4.9 Tabel Uji F.....	64
Tabel 4.9 Regresi Linear Berganda.....	65

The logo of Universitas Widya Kartika (UWIKKA) is displayed as a large, light blue watermark in the background. It features a stylized globe icon above the university's name in a bold, sans-serif font.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produk–ProdukApple.....	1
Gambar 1.2 LogoApple.....	5
Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	36
Gambar 2.2 Flow Chart.....	37
Gambar 3.1 Uji t 2 Sisi.....	48
Gambar 4.1 Grafik Histogram Uji Normalitas Data.....	51
Gambar 4.2 Grafik Normal Probality Plot.....	52
Gambar 4.3 Grafik Scatterplot.....	53



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Kuisioner

Lampiran 2 Uji Validitas

Lampiran 3 Uji Reliabilitas

Lampiran 4 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Lampiran 5 Hasil Uji T & F

Lampiran 6 Tabulasi Data

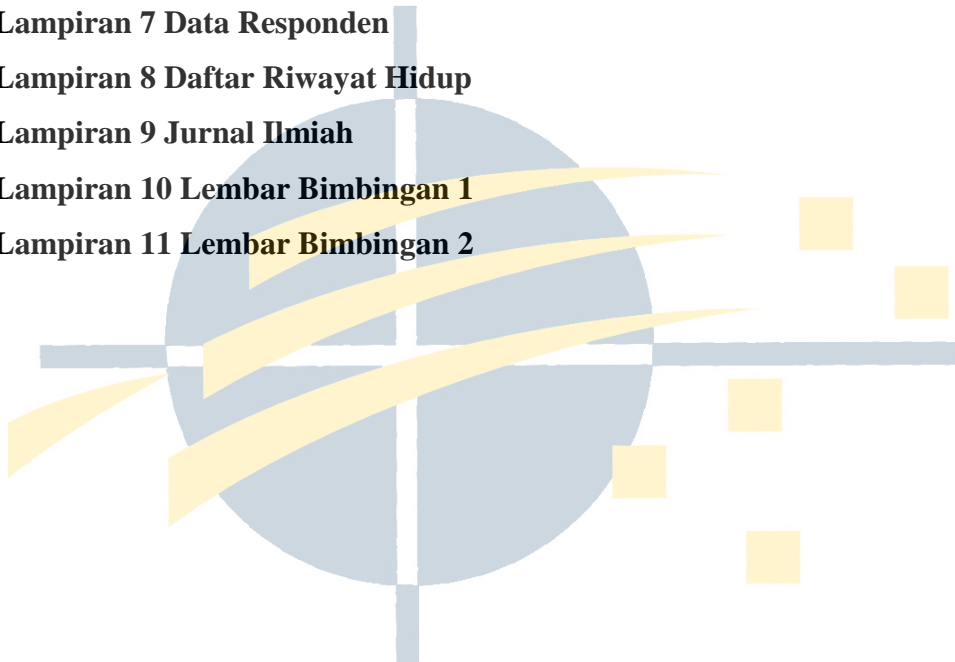
Lampiran 7 Data Responden

Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 9 Jurnal Ilmiah

Lampiran 10 Lembar Bimbingan 1

Lampiran 11 Lembar Bimbingan 2



UWIKKA