

PENGARUH EKUITAS MEREK DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HP IPHONE

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Merdeka Malang)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen**



Disusun Oleh :

Lisa Rosalina Watratan

19022000059

**UNIVERSITAS MERDEKA MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Lisa Rosalina Watratan

Nomor Pokok : 19022000059

Universitas : Universitas Merdeka Malang

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : S1 Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Ekuitas Merek Dan Iklan Terhadap Keputusan
Pembelian Hp Iphone (studi kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Merdeka Malang)

Malang, 07 Februari 2023

DISETUJUI DAN DITERIMA:

Ketua Program Studi Manajemen



(M. Nur Singgih, SE., MM)

Dosen Pembimbing



(Dra. Diah Widiawati, MM)



Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis



(Dr. Rudy Wahyono., MSi)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH EKUITAS MEREK DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN HP IPHONE (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Universitas Merdeka Malang).
Dipersiapkan dan disusun oleh :

Lisa Rosalina Watratan

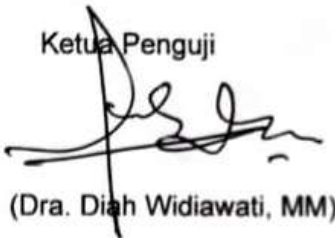
19022000059

Telah dipertahankan di depan dewan penguji

Pada tanggal 21 Februari 2023

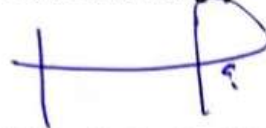
Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji



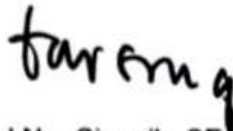
(Dra. Diah Widiawati, MM)

Sekretaris Penguji



(Dr. H. Pudjo Sugito, MBA)

Anggota Penguji



(Mohamad Nur Singgih, SE., MM)

Skrripsi ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan

Untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis

Malang, 27 Februari 2023
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Merdeka Malang

Dr. Rudy Wahyono., M.Si

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Lisa Rosalina Watratan

NIM : 19022000059

Program Studi : S1 Manajemen

Bidang Kajian Skripsi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Ekuitas Merek dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Hp iPhone (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Merdeka Malang).

Lokasi yang Diteliti : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Merdeka Malang

Alamat Rumah Asli : Desa Rumadian, Kec. Manyeu, Kab. Maluku Tenggara, Prov. Maluku.

No. Telp : 085244434831

Dengan ini menyatakan bahwa saya benar-benar melakukan penelitian dan penulisan skripsi tersebut diatas dan bukan melakukan plagiat. Jika saya melakukan plagiat, maka saya bersedia dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 07 Februari 2023

Peneliti,



(Lisa Rosalina Watratan)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Lisa Rosalina Watratan
Nomor Pokok : 19022000059
Universitas : Universitas Merdeka Malang
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Tempat dan Tgl. Lahir : Rumadian, 06 November 1998
Alamat : Desa Rumadian, Kec. Manyeu, Kab. Maluku
Tenggara, Prov. Maluku
Nama Orang Tua (ayah) : Thomas Watratan
(ibu) : Regina Warayaan
Riwayat Pendidikan :
2005 – 2010 : SDN Inpres Rumadian
2011 – 2013 : SMP Negeri 1 Kei Kecil
2014 – 2016 : SMA Negeri 1 Kei Kecil
2019 – 2023 : S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Merdeka Malang

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa,. yang telah melimpahkan berkat rahmat-Nya kepada kita semua, dan hanya karna kemurahan-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Ekuitas Merek Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Hp Iphone (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Merdeka Malang”**

Penyusunan skripsi ini merupakan bentuk tugas akhir mahasiswa untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang. Dengan terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis dengan segala rasa hormat mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun material. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Anwar Sanusi, S.E., MSi selaku Rektor Universitas Merdeka Malang.
2. Bapak Dr. Rudy Wahyono., SE., MSi selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.
3. Bapak Mohamad Nur Singgih, SE., MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Merdeka Malang dan Ibu Krisnawuri Handayani, SE., MM selaku Sekretaris Program Studi S1 Manajemen Universitas Merdeka Malang.
4. Ibu Dra. Diah Widiawati, MM selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu melalui pengarahan dan masukan yang sangat berguna bagi penulis, sehingga skripsi ini ini dapat diselesaikan dengan baik.

5. Seluruh staf pengajar dan karyawan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.
6. Kedua orang tua, Ayah Tercinta Thomas Watratan, Ibu Tercinta Regina Warayaan, Kakak Maya Warayaan, Maria Brigita Watratan, Fideles Watratan, Yohanis Watratan, Titus Watratan, Clemens Watratan, Robertus Watratan dan adik Terkasih Edith Leonardo Watratan yang senantiasa memberikan doa dan dukungan secara moril dan spiritual.
7. Sahabat-sahabat terbaik, Heni Marlina Ohoiwutun, Yolanda Elisabeth Kameubun, Julita Emirensiana Bulu Dien dan Siti Seida Bulan yang selalu memberikan doa, dukungan serta dorongan tanpa henti selama ini.
8. Dan seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Semoga Tuhan senantiasa melimpahkan berkat dan rahmat-Nya sebagai balasan yang setimpal dengan kebaikan mereka semua. Begitupun dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan yang masih harus diperbaiki baik materi maupun susunanya, untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik dari semua pihak guna melengkapi kekurangan skripsi ini, mohon maaf apabila terdapat kata-kata maupun penyusunan kalimat yang kurang berkenan bagi pembaca. Semoga Skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca pada umumnya dan bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang pada khususnya.

Malang, 07 Februari 2023
Penulis

Lisa Rosalina Watratan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALMAN DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
<i>ABSTRAK</i>	xv
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Landasan Teori	7
1. Ekuitas Merek	7
2. Iklan	11
3. Keputusan Pembelian	17
B. Penelitian Terdahulu	23
1. Kerangka Pemikiran	25
2. Pengembangan Hipotesis	26
C. Hipotesis Penelitian	28

BAB III : METODE PENELITIAN	29
A. Metode Penelitian.....	29
1. Definisi Operasional Variabel.....	29
B. Lingkup Penelitian	30
C. Lokasi Penelitian	30
D. Populasi dan Teknik Penarikan Sampel	31
E. Jenis dan Sumber Data	32
F. Teknik Pengumpulan Data	32
G. Teknik Analisis Data.....	33
1. Uji Instumen.....	33
2. Uji Asumsi Klasik	34
3. Analisis Regresi Linier Berganda	35
4. Uji Hipotesis.....	36
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....	37
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	37
B. Hasil Penelitian.....	38
1. Deskripsi Responden	38
C. Deskripsi Variabel.....	40
1. Ekuitas Merek (X1)	40
2. Iklan (X2)	46
3. Keputusan Pembelian (Y)	48
D. Uji Instrumen	52
1. Uji Validitas	52
2. Uji Reliabilitas	54
E. Analisis Data.....	55
1. Uji Asumsi Klasik	55
2. Analisis Regresi Linier Berganda	60
3. Uji Hipotesis.....	61
F. Pembahasan Hasil Penelitian	65
BAB V : PENUTUP	69
A. Kesimpulan.....	69
B. Saran.....	69

DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 2. Defenisi Operasional Variabel	29
Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Prodi	39
Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan	39
Tabel 6. Deskripsi Variabel Ekuitas Merek	40
Tabel 7. Deskripsi Variabel Iklan (X2).....	45
Tabel 8. Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	48
Tabel 9. Hasil Uji Validitas	53
Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 11. Hasil Uji Normalitas Kolmogrove-Smirnov One Sample.....	57
Tabel 12. Hasil Uji Multikolinieritas	59
Tabel 13. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	60
Tabel 14. Hasil Uji f (Simultan)	62
Tabel 15. Hasil Uji t (Parsial)	63
Tabel 16. Hasil Determinasi (R-Square)	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 10 Model Teratas Dipasar Ponsel Cerdas	2
Gambar 2. Tahap Keputusan Pembelian	17
Gambar 3. Kerangka Pemikiran	25
Gambar 4. Grafik Histogram.....	56
Gambar 5. Grafik P-Plot	56
Gambar 6 Grafik Scatterplot.....	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner	73
Lampiran 2. Tabulasi Data	78
Lampiran 3. Output SPSS	84
Lampiran 4. Berita Acara Bimbingan Skripsi	92
Lampiran 5. Berita Acara Perbaikan Skripsi	93

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tentang ekuitas merek, iklan dan keputusan pembelian, mengetahui pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian, mengetahui pengaruh iklan terhadap keputusan pembelian dan mengetahui variabel mana dari ekuitas merek dan iklan yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini merupakan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang. Menggunakan metode simple random sampling, jumlah sampel yang digunakan adalah 75 sampel. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan memanfaatkan google form. Teknik analisis data menggunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis. hasil analisis data menunjukkan bahwa ekuitas merek dan iklan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. ekuitas merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, iklan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Iklan berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Ekuitas Merek, Iklan, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to describe brand equity, advertising and purchasing decisions, determine the effect of brand equity on purchasing decisions, determine the effect of advertising on purchasing decisions and determine which variables of brand equity and advertising have the dominant influence on purchasing decisions. The population in this study were students of the Faculty of Economics and Business, Merdeka University, Malang. Using simple random sampling method, the number of samples used is 75 samples. The data collection technique uses a questionnaire by utilizing the Google form. Data analysis techniques using instrument test, classical assumption test, multiple linear regression analysis and hypothesis testing. the results of data analysis show that brand equity and advertising together have a significant effect on purchasing decisions. brand equity has a significant effect on purchasing decisions, advertising has a significant effect on purchasing decisions. Advertising has the dominant influence on purchasing decisions.

Keywords: Brand Equity, Advertising, Purchase Decision.