



ANALISIS PERBANDINGAN *BRAND EQUITY* SAMSUNG DAN LG

SKRIPSI

IMAM ARIF FIKRI 1710111263

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2021**



ANALISIS PERBANDINGAN *BRAND EQUITY* SAMSUNG DAN LG

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

IMAM ARIF FIKRI 1710111263

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2021**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Imam Arif Fikri

NIM : 1710111263

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 8 Juli 2021

Yang menyatakan,



(Imam Arif Fikri)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Imam Arif Fikri
NIM : 1710111263
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

Analisis Perbandingan *Brand Equity* Samsung dan LG

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti ini universitas pembangunan nasional veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 8 Juli 2021

Yang menyatakan,



Imam Arif Fikri

SKRIPSI

ANALISIS PERBANDINGAN *BRAND EQUITY* SAMSUNG DAN LG

Dipersiapkan dan disusun oleh :

IMAM ARIF FIKRI 1710111263

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 8 Juli 2021
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Yuliniar S.E, MM

Ketua Penguji



Dra. Pusporini, MM

Penguji I



Dr. Dianwicakasih Arieftiara, S.E., Ak., CA., CSRS

Dekan



Lina Ariani, SE, MM

Penguji II



Wahyudi, SE., MM

Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta

Pada tanggal : 8 Juli 2021

The Comparative Analysis of Samsung and LG Brand Equity

By Imam Arif Fikri

Abstract

This research is quantitative study that aims to compare brand association, perceived quality, and brand loyalty to brand equity in Samsung and LG companies in the South Jakarta area. This research used 100 respondents as a sample with purposive sampling method. The analysis technique in this study uses the Independent Sample T Test using SPSS 26. The results of this study indicate that (1) Samsung Brand Association is superior to LG, (2) Samsung's Perceived Quality is superior to LG, (3) Samsung's Brand Loyalty is superior to LG.

Keywords: *Brand Equity; Brand Association; Perceived Quality; Brand Loyalty*

Analisis Perbandingan *Brand Equity* Samsung dan LG

Oleh Imam Arif Fikri

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui perbandingan *brand association*, *perceived quality*, dan *brand loyalty* terhadap *brand equity* pada perusahaan Samsung dengan LG di wilayah Jakarta Selatan. Penelitian ini menggunakan 100 responden sebagai sampel dengan metode *purposive sampling*. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan Uji Independent Sample T Test dengan menggunakan *SPSS 26*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *Brand Association* Samsung lebih unggul dari LG, (2) *Perceived Quality* Samsung lebih unggul dari LG, (3) *Brand Loyalty* Samsung lebih unggul dari LG.

Kata Kunci : *Brand Equity; Brand Association; Perceived Quality; Brand Loyalty*



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450, Telepon 021-7656971
Laman : www.upnvj.ac.id, e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2020/2021

Hari Kamis., tanggal 08 bulan Juli 2021, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa:

Nama : Imam Arif Fikri




NIM : 1710111263

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut : **ANALISIS PERBANDINGAN *BRAND EQUITY* SAMSUNG DAN LG**

Dinyatakan yang bersangkutan **Lulus / Tidak Lulus ***)

Penguji

1	Yuliniar, SE, MM	Ketua Penguji	
2	Dra. Pusporini, MM	Penguji I	
3	Lina Ariyani, SE.MM	Penguji II **)	

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

***) Dosen Pembimbing

Jakarta, 8 Juli 2021
Mengesahkan
A.n. Dekan
Kepala Program Studi Manajemen
Program Sarjana



(Wahyudi, SE., MM)

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, Allah swt., karena atas berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga proposal penelitian skripsi ini yang berjudul “**Analisis Perbandingan *Brand Equity* Samsung dan LG**” dapat diselesaikan

Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa terimakasih kepada pihak akademisi, Ibu Dr. Dianwicakasih Arieftiara, S.E., Ak., M.Ak.,CA., CPRS. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Ibu Dr. Desmintari, S.E., M.M. selaku Kepala Jurusan Manajemen Program S1, serta Bapak Wahyudi, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen. Tidak lupa pula penulis mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada Ibu Lina Aryani, SE.MM dan Bapak Jenji Gunaedi Argo,SE.MM. Selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan serta masukan untuk menyempurnakan penulisan proposal ini.

Selanjutnya, peneliti juga mengucapkan banyak rasa terimakasih kepada Ibu tersayang Endang Sukmawati dan Akip Luki Lesmana,S.E, sebagai orangtua dari penulis, yang telah memberikan do’a serta dukungan moral maupun material yang berupa fasilitas untuk membantu dalam menyelesaikan proposal ini. Penulis juga menyampaikan terimakasih kepada Amillia Astuti yang telah sabar menemani penulis pada masa penulisan penelitian ini.

Serta Terimakasih banyak, penulis ucapkan kepada para Habaib, Kiai, serta para Ustadz, maupun alim ulama yang penulis tidak bisa sebutkan satu persatu yang telah mendoakan dan memberikan saran dan masukan dalam pengerjaan dalam penulisan ini.

Akhir kata, penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya apabila terdapat ketidak sempurnaan dalam penulisan proposal ini. Penulis juga menerima kritik dan saran dari pembaca sebagai masukan untuk penulis di masa yang akan datang. Semoga proposal skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, terimakasih.

Jakarta, 7 April 2021

Imam Arif Fikri

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
I. 1. Latar Belakang	1
I. 2. Rumusan Masalah.....	4
I. 3. Tujuan Penelitian	5
I. 4. Manfaat Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
II.1.1. Teori Merek	7
II.1.2. Ekuitas Merek	8
II.1.3. <i>Brand Association</i>	10
II.1.4. <i>Perceived Quality</i>	13
II.1.5. <i>Brand Loyalty</i>	16
II.1.6. <i>Brand Association</i> dan <i>Brand Equity</i>	18
II.1.7. <i>Perceived Quality</i> dan <i>Brand Equity</i>	18
II.1.8. <i>Brand Loyalty</i> dan <i>Brand Equity</i>	19
II. 2. Hasil Penelitian Sebelumnya	19
II. 3. Model Penelitian	25
II. 4. Hipotesis	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
III. 1. Definisi Operasional dan Pengukuarn Variabel.....	27
III.1.1. Definisi Operasional	27
III.1.2. Pengukuran Variabel.....	28
III. 2. Penentuan Populasi dan Sampel	28
III.2.1. Populasi.....	28
III.2.2. Sampel.....	29
III. 3. Teknik Pengumpulan Data.....	30
III.3.1. Jenis Data	30
III.3.2. Sumber Data.....	30

III.3.3.	Pengumpulan Data	30
III. 4.	Teknik Analisis Data.....	32
III.4.1.	Teknik Analisis	32
III.4.2.	Uji Validitas	34
III.4.3.	Uji Beda T Test Independent	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		36
IV.1.	Deskripsi Obyek Penelitian.....	36
IV.1.1.	Profil Samsung.....	36
IV.1.2.	Profil LG	37
IV.2.	Deskripsi Data Penelitian.....	38
IV.3.	Uji Validitas	43
IV.3.1.	Uji Validitas <i>Brand Association</i>	43
IV.3.2.	Uji Validitas <i>Perceived Quality</i>	44
IV.3.3.	Uji Validitas <i>Brand Loyalty</i>	45
IV.4.	Uji Reliabilitas	46
IV.4.1.	Uji Reliabilitas Samsung.....	46
IV.4.2.	Uji Reliabilitas LG.....	47
IV.5.	Uji T Independent Sample	47
IV.5.1.	Uji Independent Sample T Test <i>Brand Association</i>	47
IV.5.2.	Uji Independent Sample T Test <i>Perceived Quality</i>	49
IV.5.3.	Uji Independent Sample T Test <i>Brand Loyalty</i>	50
IV.6.	Pembahasan.....	51
IV.6.1.	<i>Brand Association</i> Produk Samsung dengan LG.....	51
IV.6.2.	<i>Perceived Quality</i> Produk Samsung dengan LG.....	51
IV.6.3.	<i>Brand Loyalty</i> Produk Samsung dengan LG	52
IV.7.	Keterbatasan penelitian	53
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		54
V.1.	Simpulan	54
V.2.	Saran	54
DAFTAR PUSTAKA		56
RIWAYAT HIDUP		
LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Top Brand Index 2020.....	3
Gambar 2. Elemen <i>Brand Equity</i>	10
Gambar 3. Nilai Dari Kesan Kualitas	15
Gambar 4. Piramida Loyalitas Merek	17
Gambar 5. Model Penelitian Empirik	26

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Hasil Penelitian Terdahulu	22
Tabel 2. Pengukuran Variabel.....	28
Tabel 3. Pilihan Jawaban Skala Likert (Pertanyaan Positif)	31
Tabel 4. Kisi Kisi Instrumen	31
Tabel 5. Peringkat Jawaban Kuesioner	33
Tabel 6. Jenis Kelamin Responden	38
Tabel 7. Responden Berdasarkan Usia.....	38
Tabel 8. Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
Tabel 9. Deskriptif brand association Samsung	39
Tabel 10. Deskriptif Brand Association LG	40
Tabel 11. Deskriptif Perceived Quality Samsung	41
Tabel 12. Deskriptif Perceived Quality LG	41
Tabel 13. Deskriptif Brand Loyalty Samsung	42
Tabel 14. Deskriptif Brand Loyalty LG.....	42
Tabel 15. Hasil Uji Validitas <i>Brand Association</i> Samsung	43
Tabel 16. Hasil Uji Validitas <i>Brand Association</i> LG.....	44
Tabel 17. Hasil Uji Validitas <i>Perceived Quality</i> LG	44
Tabel 18. Uji Validitas <i>Perceived Quality</i> LG.....	45
Tabel 19. Validitas Brand Loyalty Samsung	45
Tabel 20. Validitas Brand Loyalty LG.....	46
Tabel 21. Reliabilitas Samsung.....	46
Tabel 22. Reabilitas LG	47
Tabel 23. Hasil Uji Group Statistic <i>Brand Association</i>	47
Tabel 24. <i>Output</i> Uji Independent Sampel T Test <i>Brand Association</i>	48
Tabel 25. Hasil Uji Group Statistik <i>Perceived Quality</i>	49
Tabel 26. <i>Output</i> Uji Independent Sample T Test <i>Perceived Quality</i>	49
Tabel 27. Hasil Uji Group Statistik <i>Brand Loyalty</i>	50
Tabel 28. <i>Output</i> Uji Independent Sample T Test <i>Brand Loyalty</i>	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	60
Lampiran 2. Tabulasi Data Kuesioner Samsung.....	65
Lampiran 3. Tabulasi Data Kuesioner LG.....	69
Lampiran 4. Hasil <i>Output</i> SPSS.....	73