



**ANALISIS PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LAPTOP ACER**

**SKRIPSI**

**FADLAN AULIYA      1710111022**

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



**ANALISIS PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LAPTOP ACER**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen**

**FADLAN AULIYA      1710111022**

**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 : Fadlan Auliya

NIM : 1710111022

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

Jakarta, 8 Juli 2021

Yang Menyatakan,



Fadlan Auliya

## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas Akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fadlan Auliya  
NIM : 1710111022  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen Program Sarjana  
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 Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Laptop Acer**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/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,



Fadlan Auliya

# SKRIPSI

## ANALISIS PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LAPTOP ACER

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**Fadlan Auliya**

**1710111022**

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



**Dra. Anastasia Bernadin Dwi M., M.M, CPM**  
Ketua Penguji



**Rosali Sembiring Colia, SE., M.M**  
Penguji I



**Dr. Miguna Astuti, S.Si., M.M, CPM**  
Penguji II (Pembimbing)



**Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS**  
Dekan



**Wahyudi, SE., M.M**  
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta  
Pada Tanggal : 8 Juli 2021

# ***Analysis The Effect Of Brand Equity On Acer Laptop Product Purchase Decisions***

**By Fadlan Auliya**

## ***Abstract***

*This research belongs to the type of quantitative research with the aim of analyzing and proving the influence of the variables of brand awareness, brand association, perceived quality and brand loyalty partially and together on purchasing decisions for Acer laptop products. The population of this study are buyers or users of Acer laptop products in the DKI Jakarta province. With a sample of 100 respondents, using the Non-Probability Sampling method with the type of Purposive Sampling. Data was collected by distributing questionnaires. This study uses data analysis techniques with the Partial Least Square (PLS) method. The results showed that the brand awareness variable had a positive and significant effect on purchasing decisions, while other variables, namely brand associations, perceived quality, and brand loyalty had no effect on purchasing decisions.*

**Keywords** : *purchase decision, brand awareness, brand association, perceived quality, brand loyalty*

# **Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Laptop Acer**

**Oleh Fadlan Auliya**

## **Abstrak**

Penelitian ini termasuk kedalam jenis penelitian kuantitatif dengan tujuan yaitu menganalisis dan membuktikan pengaruh dari variabel kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas dan loyalitas merek secara parsial dan bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk laptop Acer. Populasi penelitian ini yaitu pembeli atau pengguna produk laptop Acer di wilayah provinsi DKI Jakarta. Dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden, menggunakan metode *Non-Probability Sampling* dengan jenis *Purposive Sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data dengan metode *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian menunjukkan variabel kesadaran merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sementara variabel lainnya yaitu asosiasi merek, persepsi kualitas, dan loyalitas merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci** : keputusan pembelian, kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, loyalitas merek



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
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](http://www.upnvj.ac.id), e-mail : [febupnvj@upnvj.ac.id](mailto:febupnvj@upnvj.ac.id)

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI**  
**SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2020/2021**

Hari ini, Kamis, tanggal 8 bulan Juli 2021, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Fadlan Auliya  
NIM : 1710111022  
Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

**Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian  
Produk Laptop Acer**

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

**Penguji**

No.	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dra. Anastasia Bernadin Dwi M., M.M, CPM	Ketua Penguji	
2	Rosali Sembiring Colia, SE., M.M	Penguji I	
3	Dr. Miguna Astuti, S.Si, M.M, CPM	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 dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, hidayah serta karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Laptop Acer**”. Skripsi ini saya susun dengan tujuan untuk memenuhi tugas akhir kuliah. Oleh karena itu, dalam kesempatan kali ini penulis mengucapkan terimakasih kepada Ibu Dr. Dianwicakasih Arieftiara, S.E., Ak., M. Ak., CA., CSRS. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Bapak Wahyudi, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Ibu Dr. Miguna Astuti, S.Si., MM.CPM selaku dosen pembimbing I dan Ibu Dra. Pusporini, M.M. selaku dosen pembimbing II, serta dosen-dosen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan pengetahuan, arahan, masukan dan saran yang sangat bermanfaat dalam penulisan skripsi ini.

Disamping itu Penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Sofyan Sidik dan Ibu Kholilah selaku kedua orang tua tercinta, Ahmad Royhan, Hilman Sakho, Ainur Ridho, dan Nafisah selaku saudara kandung, serta Keluarga besar yang tidak henti-hentinya memberikan semangat, motivasi, doa dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan Skripsi.

Penulis juga sampaikan kepada teman-teman terdekat yang sangat berjasa dalam penelitian ini yaitu, keluarga Besar GenBI Jakarta, MPM FEB 2020, serta teman-teman yang tergabung kedalam *Whatsapp group* Gongji dan Anti Wacana yang penulis tidak bisa sebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat, serta Nurul Izza, Lailiya Rahmah dan Ghina Afifah yang telah memberikan dukungan dan motivasi serta menjadi tempat curahan hati (curhat) dalam proses penulisan skripsi ini.

Jakarta, 8 Juli 2021

Fadlan Auliya

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI</b> .....	<b>viii</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	5
I.3 Tujuan Penelitian.....	5
I.4 Manfaat Hasil Penelitian.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>8</b>
II.1 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	8
II.2 Landasan Teori .....	14
II.2.1 Manajemen Pemasaran .....	14
II.2.2 Perilaku Konsumen.....	15
II.2.3 Keputusan Pembelian .....	16
II.2.4 Ekuitas Merek.....	18
II.2.5.1 Kesadaran Merek.....	19
II.2.5.2 Asosiasi Merek .....	21
II.2.5.3 Persepsi kualitas .....	23
II.2.5.4 Loyalitas Merek.....	25
II.2.5 Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	26
II.2.6 Asosiasi Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	27
II.2.7 Persepsi Kualitas terhadap Keputusan Pembelian.....	27
II.2.8 Loyalitas Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	27
II.2.9 Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas, dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	28
II.3 Model Penelitian.....	28
II.4 Hipotesis.....	29
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>29</b>
III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	29
III.1.1 Definisi Operasional.....	29
III.1.2 Pengukuran Variabel .....	31
III.2 Penentuan Populasi dan Sampel .....	32
III.2.1 Populasi.....	32

III.2.2	Sampel .....	32
III.3	Teknik Pengumpulan Data .....	33
III.3.1	Jenis Data .....	33
III.3.2	Sumber Data .....	34
III.3.3	Pengumpulan Data .....	34
III.4	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis .....	37
III.4.1	Teknik Analisis Data .....	37
III.4.1.1	Analisis Deskriptif .....	38
III.4.1.2	Analisis Inferensial .....	38
III.4.2	Uji Hipotesis .....	42
III.4.2.1	Uji t (Uji Parsial) .....	42
III.4.2.2	Uji F (Uji Simultan) .....	43
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>44</b>
IV.1	Deskripsi Obyek Penelitian .....	44
IV.1.1	Profil Acer .....	44
IV.1.2	Deskripsi Data Responden .....	45
IV.2	Deskripsi Data Penelitian .....	49
IV.2.1	Statistik Deskriptif .....	49
IV.2.2	Uji Kualitas Data .....	55
IV.2.2.1	Uji Validitas Data .....	55
IV.2.2.2	Uji Realibilitas data .....	58
IV.2.2.3	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	59
IV.3	Uji Hipotesis dan Analisis .....	58
IV.3.1	Uji t Statistik .....	59
IV.3.2	Uji F (Uji Simultan) .....	62
IV.4	Pembahasan .....	63
IV.4.1	Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	63
IV.4.2	Pengaruh Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	64
IV.4.3	Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian .....	65
IV.4.4	Pengaruh Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	66
IV.4.5	Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas, dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	68
IV.5	Keterbatasan Penelitian .....	69
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>68</b>
V.1	Simpulan .....	68
V.2	Saran .....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>73</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Pertumbuhan Penjualan Laptop/Notebook .....	2
Tabel 2.	Matrik Penelitian Terdahulu .....	12
Tabel 3.	Pengukuran Variabel .....	30
Tabel 4.	Kisi-kisi Instrumen .....	34
Tabel 5.	Skala <i>Likert</i> .....	36
Tabel 6.	Tingkat Realibilitas Berdasarkan Nilai Alpha .....	40
Tabel 7.	Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (KP) .....	50
Tabel 8.	Statistik Deskriptif Variabel Kesadaran Merek (KM) .....	50
Tabel 9.	Statistik Deskriptif Variabel Asosiasi Merek (AM).....	51
Tabel 10.	Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Kualitas (PK) .....	52
Tabel 11.	Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Merek (LM).....	53
Tabel 12.	Nilai <i>Outer Loading Factor</i> .....	55
Tabel 13.	Nilai <i>Average Variance Extraxted</i> (AVE).....	56
Tabel 14.	Nilai <i>Cronbanch's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> .....	57
Tabel 15.	Nilai R Square .....	58
Tabel 16.	Hasil Nilai Koefisiensi Analisis Jalur .....	59

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Merek Laptop/ <i>Notebook</i> di Indonesia.....	3
Gambar 2. Model Penelitian Empiris.....	27
Gambar 3. Tahapan PLS .....	37
Gambar 4. Rancangan <i>Inner Model</i> .....	38
Gambar 5. Rancangan <i>Outer Model</i> .....	38
Gambar 5. Diagram Jalur .....	39
Gambar 6. Logo Acer Tahun 2011 - Sekarang.....	44
Gambar 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	45
Gambar 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	46
Gambar 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah Domisili .....	47
Gambar 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	48
Gambar 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan .....	49
Gambar 12. <i>Outer Model</i> .....	54

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Data Kuesioner 100 Responden
- Lampiran 3. Hasil Statistik Deskriptif
- Lampiran 4. *Outer Loading*
- Lampiran 5. Hasil *Output SmartPLS*
- Lampiran 6. Hasil Turnitin