



**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KARTU TELEPON SELULER THREE ALWAYS  
ON DI RW 007 PONDOK CABE ILIR - PAMULANG**

**SKRIPSI**

**EKA SULISTIAWATI**

**1110111140**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

**2015**



**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KARTU TELEPON SELULER THREE ALWAYS  
ON DI RW 007 PONDOK CABE ILIR - PAMULANG**

**SKRIPSI**

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

**EKA SULISTIAWATI**

**1110111140**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

**2015**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Eka Sulistiawati

NRP : 1110111140

Tanggal : 29 Januari 2015

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

Jakarta, 29 Januari 2015

Yang Menyatakan



Eka Sulistiawati

## **PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Eka Sulistiawati  
NRP : 1110111140  
Fakultas : Ekonomi  
Program Studi : S1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non Exclusive Royalty Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

### **Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telepon Seluler Three Always On Di RW 007 Pondok Cabe Ilir - Pamulang**

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 (data base), 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 : 29 Januari 2015

Yang Menyatakan,



Eka Sulistiawati

## PENGESAHAN

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Eka Sulistiawati  
NRP : 1110111140  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telepon Seluler Three Always On Di RW 007 Pondok Cabe Ilir – Pamulang.

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

MB. Nani Ariani, SE, MM  
Ketua Penguji

Diana Triwardhani, SE, MM  
Penguji I

Lina Ariyani, SE, MM  
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Erna Hernawati, Ak, CPMA, CA  
Dekan

Drs. Nurmatias, MM  
Ka. Prodi

Ditetapkan di : Jakarta  
Tanggal Ujian : 29 Januari 2015

# **PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU TELEPON SELULER THREE ALWAYS ON DI RW 007 PONDOK CABE ILIR - PAMULANG**

**Eka Sulistiawati**

## **Abstrak**

Keputusan pembelian adalah keputusan sebagai tindakan kepemilikan dua atau lebih pilihan alternatif. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk, seperti kesadaran merek, kesan kualitas, asosiasi merek, dan loyalitas merek. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kesadaran merek, kesan kualitas, asosiasi merek, dan loyalitas merek terhadap keputusan pembelian kartu telepon seluler Three Always On. Populasi dalam penelitian ini adalah warga di lingkungan RW 007 Pondok Cabe Ilir – Pamulang yang menggunakan kartu telepon seluler Three Always On. Sampel yang diambil 80 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan purposive sampling. Adalah jenis data primer. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS Versi 21. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial maupun simultan bahwa kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek, dan loyalitas merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu disarankan manajemen perusahaan sebaiknya terus melakukan pengelolaan, pengembangan, dan peningkatan terhadap berbagai dimensi Ekuitas Merek, baik dengan menggunakan strategi pada media promosi, inovasi produk, dan kualitas pelayanannya. Karena saat ini banyak berbagai macam merek kartu telepon seluler yang dikeluarkan perusahaan pesaing baik domestik ataupun internasional.

**Kata Kunci** : Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas, Loyalitas Merek, dan Keputusan Pembelian.

# **IMPACT OF BRAND EQUITY ON PURCHASE DECISIONS CELULAR CARD THREE ALWAYS ON IN RW 007 PONDOK CABE ILIR - PAMULANG**

**Eka Sulistiawati**

## **Abstract**

Purchasing decision is a decision as an act of ownership of two or more alternative choices. Many factors can influence the purchasing decisions of consumers to a product, such as brand awareness, perceived quality, brand associations and consumer loyalty. This study was conducted to analyze the effect of brand awareness, perceived quality, brand associations and brand loyalty on purchase decisions of cellular card Three Always On. Population in this study were residents in the neighborhood RW 007 Pondok Cabe Ilir – Pamulang using cellular card Three Always On. Samples taken 80 respondents. Sampling technique in this study was done by using purposive sampling. Is the primary data type. Methods of data collection using questionnaires. The analysis technique used is multiple regression. Results of analysis using SPSS Version 21. Results showed simultaneously and partially brand awareness, perceived quality, brand associations, and brand loyalty positive and significant impact on purchasing decisions. Therefore, **suggested in** management company should continue to perform the management, development, and improvement of the various dimensions of brand equity, either by using the media campaign strategy, product innovation, and quality of service. Because today many various kinds of brandmobile phone cards issued by competing companies both domestic or international.

**Keyword** : Brand Awareness, Perceived Quality, Brand Association, Brand Loyalty, and Purchasing Decisions

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga usulan penelitian ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian ini yang dilaksanakan sejak bulan September 2014 ini adalah Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telepon Seluler Three Always On Di RW 007 Pondok Cabe Ilir - Pamulang. Terima kasih penulis ucapkan kepada Ibu Lina Ariyani, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan yang sangat bermanfaat dalam proses penyusunan penelitian.

Disamping itu, ucapan terima kasih juga disampaikan kepada mama, bapak, dan adik (Pratiwi) yang selalu berdoa untuk kelancaran anaknya dan kakanya, serta sahabatku Vida, Irma, Desy, Hany, Kery, Adaw, Arum, dan RCF yang tidak henti-hentinya memberikan semangat, doa, dan canda tawa untuk penulis. Dan untuk teman-teman seperjuangan maupun teman-teman angkatan 2011 yang telah membantu dalam mengerjakan skripsi ini.

Jakarta, 29 Januari 2015

Eka Sulistiawati



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	iii
PENGESAHAN .....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
I.1 Latar Belakang .....	1
I.2 Perumusan Masalah .....	4
I.3 Tujuan Penelitian .....	5
I.4 Manfaat Penelitian .....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	6
II.1 Penelitian Terdahulu .....	6
II.2 Landasan Teori .....	8
II.3 Pengembangan Hipotesis .....	20
II.4 Kerangka Penelitian .....	22
BAB III METODE PENELITIAN .....	23
III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	23
III.2 Penentuan Populasi dan Sampel .....	25
III.3 Teknik Pengumpulan Data .....	25
III.4 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis .....	27
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	33
IV.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	33
IV.2 Deskripsi Data Penelitian .....	37
IV.3 Uji Asumsi Klasik .....	41
IV.4 Uji Hipotesis .....	47
IV.5 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	49
IV.6 Pembahasan .....	50
BAB V PENUTUP .....	53
V.1 Kesimpulan .....	53
V.2 Saran .....	53
DAFTAR PUSTAKA .....	55
RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1	TOP Brand Award 2014 .....	2
Tabel 2	Matriks Penelitian Terdahulu .....	8
Tabel 3	Operasional Variabel .....	24
Tabel 4	Skala Likert .....	26
Tabel 5	Kisi-kisi Instrumen .....	27
Tabel 6	Tingkat Realibilitas .....	28
Tabel 7	Karakteristik Responden Menurut Usia .....	34
Tabel 8	Data Responden Menurut Jenis Kelamin .....	34
Tabel 9	Jumlah Responden Validitas .....	35
Tabel 10	Hasil Uji Validitas .....	36
Tabel 11	Hasil Uji Realibilitas.....	37
Tabel 12	Deskripsi Data Penilaian Skala Likert .....	37
Tabel 13	Butir Kuesioner 1-6 (Kesadaran Merek) .....	37
Tabel 14	Butir Kuesioner 7-14 (Kesan Kualitas) .....	38
Tabel 15	Butir Kuesioner 15-20 (Asosiasi Merek) .....	39
Tabel 16	Butir Kuesioner 21-24 (Loyalitas Merek) .....	40
Tabel 17	Butir Kuesioner 25-30 (Keputusan Pembelian) .....	40
Tabel 18	Hasil Uji Normalitas .....	42
Tabel 19	Hasil Uji Multikolinearitas .....	44
Tabel 20	Hasil Uji Linearitas Kesadaran Merek .....	44
Tabel 21	Hasil Uji Linearitas Kesan Kualitas .....	45
Tabel 22	Hasil Uji Linearitas Asosiasi Merek .....	45
Tabel 23	Hasil Uji Linearitas Loyalitas Merek .....	45
Tabel 24	Analisis Autokorelasi .....	46
Tabel 25	Uji T .....	47
Tabel 26	Uji F .....	48
Tabel 27	Uji Koefisien Determinasi .....	49

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Dimensi Ekuitas Merek.....	10
Gambar 2	Piramida <i>Brand Awareness</i> .....	12
Gambar 3	Prinsip-Prinsip Dimensi Kesan Kualitas .....	13
Gambar 4	Atribut Loyalitas Merek .....	15
Gambar 5	Model Proses Keputusan Pembelian .....	20
Gambar 6	Kerangka Penelitian .....	22
Gambar 7	Hasil P-P Plot Regresi Dalam Uji Normalitas .....	42
Gambar 8	Hasil Uji Heterokedastisitas .....	43

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Input Data 30 Responden
- Lampiran 3 Hasil Pengujian Validitas dan Realibilitas 30 Responden
- Lampiran 4 Data Karakteristik Responden
- Lampiran 5 Hasil Pengelolaan Data
- Lampiran 6 Input Data 100 Responden
- Lampiran 7 Hasil Output Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 8 Hasil Output Uji Regresi
- Lampiran 9 Tabel R
- Lampiran 10 Tabel Distribusi T
- Lampiran 11 Tabel Distribusi F
- Lampiran 12 Surat Riset