



**PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU, CITRA
MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP EKUITAS
MEREK PRODUK SMARTPHONE SAMSUNG GALAXY
(Studi Kasus Pada Masyarakat Pondok Labu)**

SKRIPSI

ABEDNEGO PASARIBU H 1510111088

**PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2019**



**PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU, CITRA
MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP EKUITAS
MEREK PRODUK SMARTPHONE SAMSUNG GALAXY
(Studi Kasus Pada Masyarakat Pondok Labu)**

SKRIPSI

ABEDNEGO PASARIBU H 1510111088

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

**PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2019**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Abednego Pasaribu Habeahan

NIM : 1510111088

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

Jakarta, 8 Juli 2019

Yang Menyatakan,



(Abednego Pasaribu H)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Abednego Pasaribu Habeahan
NIM : 1510111088
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 Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

**Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu, Citra Merek, dan Kualitas
Pelayanan terhadap Ekuitas Merek Produk Smartphone Samsung Galaxy
(Studi Kasus Pada Masyarakat Pondok Labu)**

Berserta 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 2019
Yang menyatakan,



(Abednego Pasaribu H.)

SKRIPSI

PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU, CITRA MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP EKUITAS MEREK SMARTPHONE SAMSUNG GALAXY (Studi Kasus Pada Masyarakat Pondok Labu)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

ABEDNEGO PASARIBU HABEAHAN
1510111088

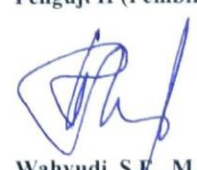
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada tanggal : 8 Juli 2019
Dan dinyatakan memenuhi Syarat untuk diterima


Dr. Miguna Astuti, S.Si, M.M
Ketua Penguji


Drs. Syarif Ali, M.Si,CHRP
Penguji I


Drs. Hariyanto Ridwan, M.M
Penguji II (Pembimbing)


Dr. Jubaidah, S.E., M.M.
Ketua Jurusan Manajemen


Wahyudi, S.E., M.M
Ketua Program Studi Manajemen
Program Sarjana

Disahkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 8 Juli 2019

***THE EFFECT INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION,
BRAND IMAGE, AND SERVICE QUALITY ON BRAND EQUITY
SMARTPHONE OF SAMSUNG GALAXY IN PONDOK LABU AREA***

ByAbednego Pasaribu Habeahan

Abstrack

This research is a quantitative research aimed to determine the effect of integrated marketing communication, brand image and service quality on Samsung Galaxy product brand equity in the Pondok Labu area. The population of this study is the entire community of the Pondok Labu region and uses Samsung Galaxy smartphone products. The sample size was taken as many as 75 respondents with a non-probability sampling method with a type of purposive sampling. Data collection is done through questionnaires. The data analysis technique used is descriptive and inferential analysis, using the Partial Least Square (PLS) tool. The results of this study indicate that (1) integrated marketing communication has a significant effect on brand equity with a coefficient of 46.1%. (2) brand image does not have a significant effect on brand equity with a coefficient of 10.1%. (3) Service quality has a significant effect on brand equity of 35.8%.

keywords: *Integrated marketing communication, Brand Equity, Service Quality, Brand Equity*

PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU, CITRA MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP EKUITAS MEREK PRODUK SMARTPHONE SAMSUNG GALAXY DI WILAYAH PONDOK LABU

Oleh Abednego Pasaribu Habeahan

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif bertujuan untuk mengetahui pengaruh komunikasi pemasaran terpadu, citra merek dan kualitas pelayanan terhadap ekuitas merek produk Samsung galaxy di wilayah Pondok Labu. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh masyarakat wilayah Pondok Labu dan menggunakan produk smartphone Samsung galaxy. Ukuran sampel diambil sebanyak 75 responden dengan metode *non-probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan ialah analisis deskriptif dan inferensial, dengan menggunakan alat *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) komunikasi pemasaran terpadu berpengaruh signifikan terhadap ekuitas merek dengan koefisien sebesar 46,1%. (2) citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap ekuitas merek dengan koefisien sebesar 10,1%. (3) Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap ekuitas merek sebesar 35,8%.

Kata kunci: Komunikasi Pemasaran Terpadu, Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Ekuitas Merek



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax, 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GENAP TA. 2018/2019

Hari ini Senin , tanggal 08 Juli 2019, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : ABEDNEGO PASARIBU HABEAIHAN

No.Pokok Mahasiswa : 1510111088

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Ekuitas Merek
Produk Smartphone Samsung

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

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Miguna Astuti, S.Si, MM	Ketua	1.
2	Drs. Syarif Ali, M.Si.,CHRP	Anggota I	2.
3	Drs. Hariyanto Ridwan, MM	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 08 Juli 2019
Mengesahkan
A.n. DEKAN
Kaprod. Manajemen S.1

Wahyudi, SE, MM

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga usulan penelitian ini berhasil diselesaikan dengan judul **“Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Ekuitas Merek Produk Smartphone Samsung Galaxy (Studi Kasus Pada Masyarakat Pondok Labu)”**. Dengan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Drs. Munasiron Miftah, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta dan Bapak Wahyudi, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Ucapan terimakasih juga saya sampaikan kepada Bapak Drs. Hariyanto Ridwan, M.M, dan Ibu Dr. MB Nani Ariyani, S.E., M.M, selaku para dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan saran-saran bermanfaat untuk usulan penelitian saya, serta kepada seluruh tenaga kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan bimbingan dan bantuan akademik selama masa perkuliahan.

Ucapan terimakasih juga penulis sampaikan kepada orang tua tercinta Bapak Jorlan Habeahan dan Ibu Hotmina Marbun, keluarga besar tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan serta terimakasih kepada sobat chicken yang menjadi saksi masa perkuliahan saya, dan terimakasih kepada isi alam semesta lainnya yang bekerja kepada saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih kurang sempurna dan banyak kekurangan. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna pada diri pribadi penulis, almamater, bangsa dan agama khususnya dalam rangka meningkatkan kualitas pendidikan di masa yang akan datang. Amin.

Jakarta, 8 Juli 2019

Abednego Pasaribu H

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 8
2.1. Tinjauan Pustaka	8
2.1.1. Pemasaran.....	8
2.1.1.1 Ekuitas Merek	8
2.1.1.2 Komunikasi Pemasaran Terpadu	15
2.1.1.3 Citra Merek	21
2.1.1.4 Kualitas Pelayanan.....	25
2.1.2 Komunikasi Pemasaran Terpadu dan Ekuitas Merek.....	28
2.1.3 Citra Merek dan Ekuitas.....	28
2.1.4 Kualitas Pelayanan dan Ekuitas Merek.....	28
2.2. Model Penelitian.....	29
2.3. Hipotesis.....	30
 BAB III METODE PENELITIAN	 31
3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	31
3.1.1. Definisi Operasional.....	31
3.2. Penentuan Populasi dan Sampel.....	33
3.2.1. Populasi	33
3.2.2. Sampel.....	34
3.3. Teknik Pengumpulan Data	35
3.3.1. Jenis Data	35

3.3.2.	Sumber Data.....	35
3.3.3.	Pengumpulan Data	36
3.4.	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	37
3.4.1.	Teknik Analisis	37
3.4.1.1.	Analisa Deskriptif	41
3.4.1.2.	Analisis Infrensial	44
3.4.2.	Uji Hipotesis	45
3.4.2.1.	Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t).....	45
3.4.2.2.	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	46
3.4.5	Kerangka Pemikiran.....	46
<u>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</u>		47
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	47
4.1.1	Profil PT Samsung Electronic Indonesia	47
4.1.2	Visi dan Misi PT Samsung Electronic Indonesia.....	47
4.2	Deskripsi Data	48
4.2.1	Deskripsi data Responden	48
4.2.2	Analisis Deskriptif	49
4.3	Analisis Data dan Uji Hipotesis	55
4.3.1	Uji Validitas	55
4.3.2	Uji Reliabilitas	60
4.3.3	Uji R Square.....	61
4.3.4	Uji Hipotesis	61
4.4	Pembahasan.....	65
4.4.1	Komunikasi Pemasaran Terpadu terhadap Ekuitas Merek	65
4.4.2	Citra Merek terhadap Ekuitas Merek	66
4.4.3	Kualitas Pelayanan terhadap Ekuitas Merek.....	66
<u>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</u>		64
5.1	Simpulan	64
5.2	Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....		66

DAFTAR TABEL

<u>Tabel 1. Variabel Operasional</u>	<u>31</u>
Tabel 2. Tabel Skala	35
<u>Tabel 3. Kisi-kisi Instrumen</u>	<u>36</u>
<u>Tabel 4. Peringkat Jawaban Kuesioner</u>	<u>38</u>
<u>Tabel 5. Interpretasi Nilai Presentase Responden</u>	<u>39</u>
<u>Tabel 6. Tingkat Reabilitas</u>	<u>40</u>
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	44
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	45
Tabel 10. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Komunikasi Pemasaran Terpadu	46
Tabel 11. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek	48
Tabel 12. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan	53
Tabel 13. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Ekuitas Merek ..	54
Tabel 14. Average Variance Extracted (AVE)	56
Tabel 15. Uji Reabilitas	60
Tabel 16. Nilai R Square	61
Tabel 17. Hasil koefesien analisis jalur	62
Tabel 17. Hasil Uji Statistik	63

TABEL GAMBAR

<u>Gambar 1. Jumlah Pengguna smartphone di Indonesia</u>	<u>1</u>
Gambar 2. Grafik nilai penjualan smartphone di Indonesia tahun 2018.....	<u>2</u>
Gambar 3. Grafik hasil prasurvey pengguna Samsung di Pondok Labu.....	<u>3</u>
Gambar 4. Proses membangun image merek.....	<u>13</u>
Gambar 5. Kerangka citra merek	<u>22</u>
Gambar 6. Kerangka Pemikiran	<u>29</u>
Gambar 7. Langkah- Langkah Analisis PLS	<u>37</u>
Gambar 8. Kerangka Model Penelitian	<u>47</u>
Gambar 9. Model Penelitian	<u>56</u>
Gambar 10. Model Penelitian Setelah Re-estimasi	<u>58</u>
Gambar 11. Inner Model.....	<u>64</u>