

**PENGARUH DIMENSI EKUITAS MEREK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE XIAOMI  
(Studi Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya)**



Oleh :

**MAMIK ASTIWI LESTARI**

**12.1.02.05352**

**Program Studi: Manajemen**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)**

**SURABAYA**

**2018**

**PENGARUH DIMENSI EKUITAS MEREK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE XIAOMI  
(Studi Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya)**

**Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat**

**Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**Program Studi: Manajemen**

**Konsentrasi: Manajemen Pemasaran**

Oleh :

**MAMIK ASTIWI LESTARI**

**12.1.02.05352**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)**

**SURABAYA**

**2018**

**PENGARUH DIMENSI EKUITAS MEREK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE XIAOMI  
(Studi Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya)**

Dipersiapkan dan Disusun oleh :

**MAMIK ASTIWI LESTARI**

NPM : 12.1.02.05352

Telah dipertahankan di Depan Tim Penguji  
Pada tanggal 19 Mei 2018

Susunan Tim Penguji :

**Ketua : Dr. Djawoto, S.E., M.M.**

**Anggota : 1. Dr. Prijati, S.E., M.M.**


**2. Dr. Anindhya Budiarti, M.M.**

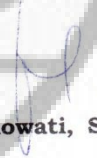
Dinyatakan Memenuhi Syarat dan Diterima

Oleh :


Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi S1 Manajemen

  
Dr. Djawoto, S.E., M.M.

  
Dr. Triyonowati, S.E., M.Si

Ketua STIESIA

  
Dr. Nur Fadrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Mamik Astiwi Lestari

N.P.M : 12.1.02.05352

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi (Studi Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya)

Dan dimajukan untuk diuji pada tanggal 19 Mei 2018 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik Skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, 19 Mei 2018

Yang membuat pernyataan,



**Mamik Astiwi Lestari**

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. MAHASISWA

Nama : Mamik Astiwi Lestari  
NPM : 12.1.0.20.5352  
Program Studi : Manajemen Pemasaran  
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 22 Februari 1978  
Agama : Kristen Protestan  
Jumlah Saudara / Anak ke : 5 ( Lima ) / 1 (Satu)  
Alamat Rumah : Perum. Juanda Harapan Permai blok K  
no.12  
Status : Menikah

### B. ORANG TUA

Nama : Alm. Sapani Tukul Slamet  
Alamat Rumah/Telepon : -  
Alamat Kantor/Telepon : -  
Pekerjaan : -

### C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD Menur Pumpungan III Di Surabaya Tahun 1990
2. Tamat SMPN 6 Surabaya Di Surabaya Tahun 1993
3. Tamat SMAN 17 Surabaya Di Surabaya Tahun 1996
4. Perguruan Tinggi (PT)

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
UNAIR	Surabaya	6	1999	Lulus
STIESIA	Surabaya	9	2018	-

### D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat/Gol	Jabatan
2007	PT. Willem Putra	-	Administrasi Keuangan
2015	PT. Prima Alloy Steel Tbk		Marketing

Dibuat dengan sebenarnya  
Oleh

Mamik Astiwi Lestari

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas hidayat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "Pengaruh Dimensi Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi" dengan baik. Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana ekonomi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Nur Fadrijh Asyik, S.E., M.Si., Ak. CA. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Ibu Dr. Triyonowati, M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
3. Bapak Dr. Djawoto, S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktunya dalam membimbing dan memberi petunjuk yang bermanfaat untuk terselesaikannya skripsi ini.
4. Ibu Dr. Suhermin, S.E, M.M selaku dosen wali yang telah banyak membantu dalam memberikan pengarahan pada setiap perwalian berlangsung.
5. Bapak dan Ibu dosen beserta seluruh staf dan karyawan STIESIA Surabaya yang telah memberikan banyak bekal ilmu dan teladan yang berarti selama kegiatan perkuliahan berlangsung.
6. Kepada Almkedua orang tua saya yaitu Ayah Alm. Sapani Tukul Slamet dan almarhumah Ibu Soekarmiserta suami saya Sigit Kristanto, S.E, M.M, tak lupa anak-anak saya Grace Kezya Kristanto, Giftiana Yemima Kristanto dan Joshua Anthony Kristantoyang selama ini senantiasa

memberikan kasih sayang, doa, motivasi dan semangat yang tak terukur besarnya.

7. Seluruh karyawan PT. Alloy Prima Steel Tbk dan Tamba Waras terutama team marketing yang telah memberikan semangat dan dukungan selama skripsi.
8. Teman-teman seperjuangan yaitu Citra Dwi Arini yang selalu ada untuk memberikan dukungan baik secara moril maupun materil, dan seluruh teman-teman SMX1 angkatan 2012 dan SMX1 angkatan 2014 yang telah memberikan semangat, semoga mimpi kita lekas tercapai.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak memberikan bantuan dan dukungan selama proses penulisan skripsi ini saya ucapkan terima kasih.

Dalam penyusunan ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kerendah hati pembaca untuk memberikan kritik dan saran untuk kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini memberikan manfaat dan pengetahuan bagi para pembaca. Terima kasih.

Surabaya, 3 Mei 2018

Mamik Astiwi Lestari

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL SKRIPSI.....	ii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	iii
INTISARI .....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
<b>BAB 1 : PENDAHULUAN</b>	
1.1.Latar Belakang Masalah .....	1
1.2.Rumusan Masalah .....	6
1.3.Tujuan Penelitian .....	7
1.4.Manfaat Penelitian .....	7
1.5.Ruang Lingkup Penelitian .....	8
<b>BAB 2 : TINJAUAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Tinjauan Teoritis .....	9
2.1.1 Pemasaran .....	9
2.1.2 Ekuitas Merek .....	14
2.1.3 Kesadaran Merek .....	16
2.1.4 Asosiasi Merek.....	18
2.1.5 Persepsi Kualitas .....	19
2.1.6Loyalitas Merek .....	21
2.1.7Perilaku Konsumen .....	22
2.2 Penelitian Terdahulu .....	27
2.3 Rerangka Pemikiran .....	29
2.4 Pengembangan Hipotesis .....	30
<b>BAB 3 : METODE PENELITIAN</b> .....	35
3.1 Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) .....	35
3.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	36
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	37
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel .....	38
3.5Teknik Analisis Data.....	42
3.5.1 Uji Instrumen Data .....	42
3.5.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....	43



3.5.3 Uji Asumsi Klasik .....	44
3.5.4 Uji Kelayakan Model (Uji F) .....	45
3.5.5 Uji Koefisien Determinasi Berganda .....	46
3.5.6 Pengujian Hipotesis .....	46
<b>BAB 4 : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>48</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	48
4.1.1 Gambaran Subyek Penelitian .....	48
4.1.2 Statistik Deskriptif .....	50
4.1.3 Uji Instrumen Data .....	57
4.1.4 Analisis Regresi Linear Berganda .....	59
4.1.5 Uji Asumsi Klasik .....	61
4.1.6 Uji Kelayakan Model ( <i>Goodness of Fit</i> ) .....	65
4.1.7 Uji Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ ) .....	66
4.1.8 Pengujian Hipotesis .....	67
4.2 Pembahasan .....	69
<b>BAB 5 : SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>75</b>
5.1 Simpulan .....	75
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	76
5.3 Saran .....	76
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
1	Keterlibatan Dalam Pengambilan Keputusan .....	24
2	Mapping Persamaan dan Perbedaan Penelitian .....	28
3	Skala Likert.....	37
4	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	49
5	Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi .....	49
6	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	50
7	Kelas Interval .....	51
8	Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Atas Kesadaran Merek...	52
9	Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Atas Asosiasi Merek.....	53
10	Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Atas Persepsi Kualitas ...	54
11	Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Atas Loyalitas Merek.....	55
12	Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Atas Keputusan Pembelian .....	56
13	Hasil Uji Validitas .....	58
14	Hasil Uji Reliabilitas.....	59
15	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	60
16	Hasil Uji Multikolinearitas .....	63
17	Hasil Uji Kelayakan Model ( <i>Goodness of Fit</i> ).....	65
18	Hasil Uji Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ ).....	66
19	Hasil Uji t.....	68

## DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
1	Proses Keputusan Pembelian .....	26
2	Rerangka Pemikiran .....	29
3	Rerangka Konseptual .....	30
4	Hasil Uji Normalitas .....	62
5	Hasil Uji Heterokedastisitas .....	64



## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran

- 1 Kuesioner
- 2 Hasil Tabulasi Kuesioner
- 3 Lampiran Uji Validitas Dan Reabilitas
- 4 Lampiran Pengujian Asumsi Klasik
- 5 Lampiran Uji Kelayakan Model
- 6 Lampiran Analisis Regresi Linier Berganda Dan Uji t
- 7 Lampiran Uji Koefisien Determinasi Berganda
- 8 Surat Tugas Bimbingan Skripsi Kepada Dosen Pembimbing
- 9 Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi
- 10 Surat Ijin Riset Kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya
- 11 Surat Keterangan Selesai Riset Dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya
- 12 Sertifikat Seminar

