

**PENGARUH EKUITAS MEREK DAN IKLAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SABUN MUKA
(Studi Kasus Pada Sabun Muka Merek POND'S)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
guna Memeroleh Gelar Sarjana Ekonomi



Disusun Oleh :

**DHANIAR PUTRA BAYU
08408144017
(Konsentrasi Pemasaran)**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN – JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2012**

PERSETUJUAN SKRIPSI

**“ Pengaruh Ekuitas Merek dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sabun
Muka (Studi Kasus Pada Sabun Muka Merek Pond’s) ”**

Disusun Oleh :

Dhaniar Putra Bayu

NIM. 08408144017

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk diajukan dan dipertahankan di
depan Tim Penguji Tugas Akhir Skripsi Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Yogyakarta.



Yogyakarta, 12 September 2012
Pembimbing,

Dr. Nahiyah Jaidi Faraz, M. Pd
NIP. 19520108 197803 2 001

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Ekuitas Merek dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Muka (Studi Kasus Pada Sabun Muka Merek Pond’s)” yang disusun oleh DHANIAR PUTRA BAYU, NIM. 08408144017 ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 8 Oktober 2012 dan dinyatakan lulus.

 DEWAN PENGUJI			
Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. Penny Rahmawaty, M. Si	Ketua Penguji		16/10/12
2. Dr. Nahiyah Jaidi F., M.Pd	Sekretaris Penguji		16/10/12
3. Agung Utama, M. Si	Penguji Utama		16/10-12

Yogyakarta, Oktober 2012

Fakultas Ekonomi

Dekan,



Dr. Sugiharsono, M.Si

NIP. 19550328 198303 1 0024

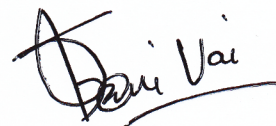
HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dhaniar Putra Bayu
NIM : 08408144017
Program Studi / Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Judul Skripsi : PENGARUH EKUITAS MEREK DAN IKLAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SABUN MUKA (STUDI KASUS PADA SABUN
MUKA MEREK POND'S)

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini benar – benar karya saya sendiri.
Sespanjang sepengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis
atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti
tata penulisan ilmiah yang lazim.

Yogyakarta, 8 Oktober 2012
Yang Menyatakan,



Dhaniar Putra Bayu
NIM. 08408144017

MOTTO

" Jangan pernah takut untuk bermimpi, karena mimpi adalah kunci,
kunci untuk mencapai masa depan "

" Jadikan pengalaman di hari kemarin untuk meraih kesuksesan di hari
mendatang "

" Bersuka citalah dalam harapan, bertahanlah di bawah kesengsaraan,
bertekunlah dalam doa "

" Kegagalan bukan akhir dari segalanya, melainkan suatu proses
pembelajaran untuk lebih baik "

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya tulis ini saya persembahkan untuk :

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan berkat anugerah dan karunia yang sangat luar biasa
2. Mama tersayang yang penuh kasih membimbing, merawat, menjadi inspirator dan memberi pelajaran hidup yang begitu berharga
3. Babe terkasih yang selalu memberikan motivasi dan doa
4. Dek Dina tercinta yang selalu memberikan pengertian, dukungan, dan semangat pantang menyerah

Karya kecil ini saya bingkiskan untuk :

1. Keluargaku terkasih : Mbah Broto, Om Suhirman, Tante Yayuk, Mbak. Prima, Mas. Deni, Mbak. Nestri, Mas. Endi, Mas. Andre, Mbak. Rista, Dek Refa, Dek Leny, Dek Yuval, Dek Ratu, Om Yonin, Bulek Eni.
2. Teman – Teman Manajemen Angkatan 2008 kelas B.
3. Teman – Teman seperjuangan skripsi : Andi, Ihsan, dan Afud
4. Teman – Teman Kosijo Bahagia
5. Almamater.

**PENGARUH EKUITAS MEREK DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SABUN MUKA
(Studi Kasus Pada Sabun Muka Merek Pond's)**

Oleh:
Dhaniar Putra Bayu
NIM. 08408144017

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh ekuitas merek terhadap pengambilan keputusan pembelian konsumen produk sabun muka POND'S, (2) pengaruh iklan terhadap pengambilan keputusan pembelian konsumen produk sabun muka POND'S, dan (3) pengaruh ekuitas merek dan iklan secara bersama-sama terhadap pengambilan keputusan pembelian konsumen produk sabun muka Pond's;

Desain penelitian yang digunakan adalah survei. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli dan mengkonsumsi sabun muka Pond's di Sleman, Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel penelitian ini adalah *purposive random sampling*. Jumlah sampelnya adalah 100 responden. Data dikumpulkan dengan metode kuesioner. Teknik analisis data menggunakan regresi berganda.

Pembahasan dari penelitian menjelaskan bahwa: (1) variabel ekuitas merek memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen produk sabun muka POND'S di Sleman, Yogyakarta, hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,329, nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($4,140 > 1,984$), dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$; (2) variabel klan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen produk sabun muka POND'S di Sleman, Yogyakarta, hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,486, nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($5,709 > 1,984$), dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,005$; (3) variabel ekuitas merek dan iklan secara bersama-sama berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan hasil statistik uji F diperoleh nilai F hitung sebesar 42,807 dan F tabel sebesar 3,09 dengan signifikansi sebesar 0,000; (4) Hasil uji R^2 pada penelitian ini diperoleh nilai R^2 sebesar 0,469. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel ekuitas merek dan iklan sebesar 46,9%, sedangkan sisanya sebesar 53,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Ekuitas Merek dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR

Puji syukur telah dipanjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga pada akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan judul **“Pengaruh Ekuitas Merek dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Muka (Studi Kasus Pada Sabun Muka Merek Pond’s)”**.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen di Universitas Negeri Yogyakarta.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari hambatan dan rintangan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa berkat dari Tuhan YME, bantuan, bimbingan, saran, dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan kepada :

1. Prof. Dr. Rochmat Wahab, M.Pd, MA Rektor Universitas Negeri Yogyakarta.
2. Dr. Sugiharsono M.Si, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
3. Dr. Moerdiyanto, M. Pd, MM, Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
4. Naning Margasari, M.Si.,MBA, selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
5. Dr. Nahiyah Jaidi Faraz, M.Pd selaku pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan petunjuk dalam penulisan skripsi ini.

6. Penny Rahmawaty, M. Si selaku Ketua Penguji
7. Agung Utama, M.Si selaku narasumber yang telah memberikan saran dan masukan yang sangat berarti.
8. Dosen Manajemen Fakultas Ekonomi yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang sangat berguna dan membantu dalam penyusunan skripsi ini.
9. Keluarga dan teman-teman terkasih yang membantu baik moril dan materiil dalam penyusunan skripsi ini.

Skripsi ini masih kurang sempurna, oleh karenanya kritik dan saran yang bersifat membangun diterima demi kesempurnaan skripsi ini.

Yogyakarta, 8 Oktober 2012

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Dhanir' followed by a stylized 'Vai' or similar characters, with a horizontal line underneath.

Dhanir Putra Bayu

NIM. 08408144017

DAFTAR ISI

ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Pembatasan Masalah.....	10
D. Perumusan Masalah.....	10
E. Tujuan Penelitian	10
F. Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN TEORI	11
A. Deskripsi Teori	12
1. Pemasaran	12
2. Merek	14
3. Iklan	27
4. Perilaku Konsumen	32
B. Penelitian yang Relevan	45
C. Kerangka Berpikir	46
D. Paradigma Penelitian	47

E. Hipotesis Penelitian	47
BAB III METODE PENELITIAN	48
A. Desain Penelitian	48
B. Waktu dan Lokasi Penelitian	48
C. Definisi Operasional Variabel	49
D. Populasi dan Sampel Penelitian	50
E. Instrumentasi dan Teknik Pengumpulan Data	51
F. Uji Coba Instrumen	55
1. Uji Validitas	55
2. Uji Reliabilitas	59
G. Teknik Analisis Data	60
1. Deskriptif Statistik	60
2. Pengujian Prasyarat Analisis	61
a. Uji Normalitas	61
b. Uji Linieritas	62
c. Uji Multikolinieritas	63
d. Uji Heteroskedastisitas	64
3. Analisis Data	65
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	68
A. Obyek Penelitian	68
B. Analisis Deskriptif	71
C. Uji Prasyarat Analisis	75
D. Hasil Uji Hipotesis	78

E. Pembahasan	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	88
A. Kesimpulan	88
B. Keterbatasan Penelitian	89
C. Saran	89
 DAFTAR PUSTAKA	 91
 LAMPIRAN	 93

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Daftar Industri Pelembab Muka	2
2. Prosentase Penjualan Produk Sabun Muka	4
3. Kisi-kisi Instrumen Variabel Ekuitas Merek	52
4. Kisi-kisi Instrumen Variabel Iklan	53
5. Kisi-kisi Instrumen Variabel Keputusan Pembelian	54
6. KMO and Bartlett's Test	56
7. Rotate Component Matrix 1	57
8. Rotate Component Matrix 2	58
9. Hasil Uji Reliabilitas	60
10. Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	71
11. Deskriptif Responden Berdasarkan Usia	72
12. Kategorisasi Variabel Ekuitas Merek	73
13. Kategorisasi Variabel Iklan	74
14. Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian	74
15. Rangkuman Hasil Uji Normalitas	76
16. Rangkuman Hasil Uji Linieritas	76
17. Rangkuman Hasil Uji Multikolinieritas	77
18. Rangkuman Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	78
19. Rangkuman Hasil Analisis Regresi Berganda	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Konsep Pemasaran	13
2. Ekuitas Merek	16
3. Piramida Kesadaran	18
4. Piramida Motivasi Maslow	41
5. Paradigma Penelitian	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Kuesioner Penelitian
2. Data Uji Validitas dan Reliabilitas
3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
4. Data Penelitian
5. Data Kategorisasi
6. Data Karakteristik Responden
7. Hasil Uji Kategorisasi
8. Hasil Uji Karakteristik Responden
9. Hasil Uji Deskriptif
10. Hasil Uji Normalitas
11. Hasil Uji Linieritas
12. Hasil Uji Multikolinieritas
13. Hasil Uji Heteroskedastisitas
14. Hasil Uji Regresi Berganda