

**ANALISIS PENGARUH PERUBAHAN MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MATAHARI
DEPARTMENT STORE KARAWACI**

SKRIPSI

Nama : Deni Iska Hermawan

NIM : 4310511-0250



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2010**

**ANALISIS PENGARUH PERUBAHAN MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MATAHARI
DEPARTMENT STORE KARAWACI**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen – Strata 1**

Nama : Deni Iska Hermawan

NIM : 4310511-0250



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2010**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

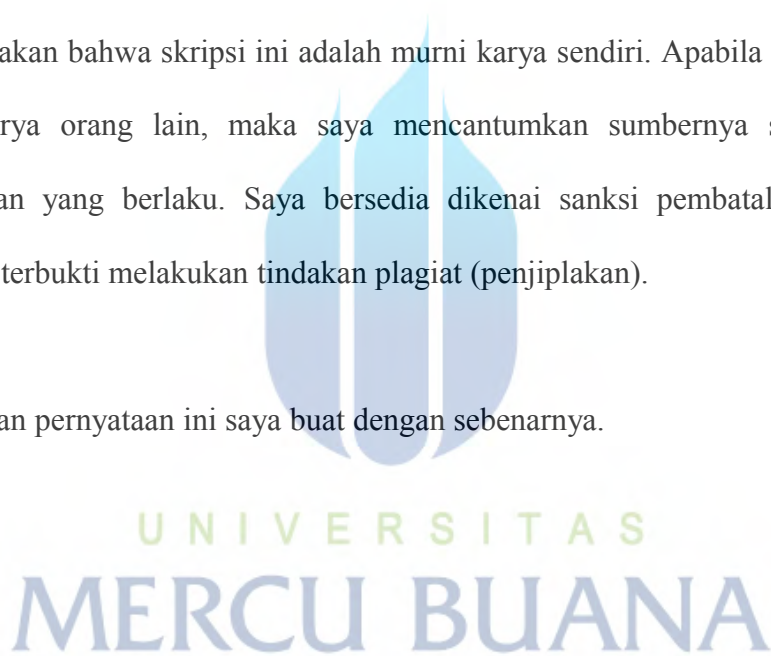
Nama : Deni Iska Hermawan

NIM : 4310511 - 0250

Program Studi : Manajemen - Strata 1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, Pebruari 2010

(Deni Iska Hermawan)
NIM : 4310511-0250

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Deni Iska Hermawan
NIM : 4310511 - 0250
Program Studi : Manajemen - Strata 1
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Perubahan Merek Terhadap
Keputusan Pembelian Pada Matahari Department Store
Karawaci

Tanggal Lulus Ujian : 04 Maret 2010

Disahkan oleh :
Pembimbing Skripsi

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
(R.M Rasyid SE. MM.)
Tanggal :

Dekan

Ketua Program Studi Manajemen – S1

(Dra.Yuli Harwani MM)
Tanggal :

(Arief Bowo Prayoga K. SE. MM.)
Tanggal :

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi
Analisis Pengaruh Perubahan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada
Matahari Department Store Karawaci

Dipersiapkan dan disusun oleh :
Deni Iska Hermawan
4310511 – 0250

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 04 Maret 2010

Susunan Dewan Penguji
Ketua Penguji/Pembimbing Skripsi

(Tri Wahyono SE. MM.)

Anggota Dewan Penguji
UNIVERSITAS
MERCU BUANA
(Drs. Hasanuddin Pasiama MS.)

Anggota Dewan Penguji

(Lianah SE. M.Com)

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan puji dan syukur kepada Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang diberi judul **Analisis Pengaruh Perubahan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Department Store Karawaci** yang merupakan syarat guna mendapatkan gelar sarjana ekonomi pada Universitas Mercu Buana.

Penyelesaian skripsi ini memang memerlukan ketekunan dan kesabaran dalam penyusunannya dan tidak terlepas dari berbagai hambatan dan kesulitan. Namun berkat bantuan tenaga, moril, materil, dan doa akhirnya terselesaikan juga tugas ini.

Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk melengkapi tugas akhir dalam rangka menyelesaikan Program Sarjana Strata 1 (S1) pada Universitas Mercu Buana Jakarta. Penulis menyadari bahwa tanpa dukungan dan peran serta dari berbagai pihak, sulit bagi penulis untuk menyelesaikan penulisan ini. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih dan memberikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Ibu Dra.Yuli Harwani MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Arief Bowo Prayoga K. SE. MM. selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana.
3. Bapak R.M. Rasyid SE. MM. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan pengarahan baik secara materi maupun

secara teknis, serta memberikan masukan bagi penulis dalam menyusun skripsi ini.

4. Pimpinan dan seluruh staff serta para dosen yang telah membantu pelaksanaan kegiatan perkuliahan dan administrasi.
5. Orang tua yang telah dengan bijak menuntunku, memberikan semangat, dorongan, kasih sayang dan juga doa yang tak ternilai harganya.
6. Istri dan Anak yang dengan setia menemani yang juga memberikan semangat, dorongan, kasih sayang dan juga doa yang tak ternilai harganya..
7. Rekan-rekan semua yang telah banyak memberikan bantuan dan semangat bagi penulis dalam penyusunan skripsi ini.
8. Pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih yang sebesar- besarnya.

Penulis sadar skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangannya. Untuk itu penulis mengharapkan masukan berupa kritik dan saran yang membangun dari semua pihak dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Akhir kata penulis mengucapkan Alhamdulillahirabbil'allamin.

Jakarta, Pebruari 2010

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI	iv
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Dan Kegunaan Penelitian	3
BAB II LANDASAN TEORI	5
2.1 Pengertian Pemasaran	5
2.2 Peran Pemasaran	8
2.3 Bauran Pemasaran	9
2.4 Merek	16
2.5 Citra Merek	20

2.6 Ekuitas Merek.....	22
2.7 Individual Branding	24
2.8 Family Branding	25
2.9 Brand Mangement.....	25
2.10 Evaluasi Merek	28
2.11 Perilaku Konsumen	36
2.12 Pengambilan Keputusan Pembelian	37
2.13 Proses Keputusan Pembelian	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	53
3.1 Gambaran Umum Perusahaan	53
3.2 Hipotesis Penelitian	68
3.3 Metodologi Penelitian	70
3.4 Populasi Dan Sampel Penelitian	70
3.5 Metode Pengumpulan Data	72
3.6 Jenis Data	72
3.7 Metode Analisis Data	73
BAB IV ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN.....	76
4.1 Analisis Karakteristik Responden	76
4.2 Karakteristik Responden	77
4.3 Analisis Perubahan Merek	79
4.4 Analisis Keputusan Pembelian	84
4.5 Analisis Regresi	88

BAB V SIMPULAN DAN SARAN	93
5.1 Simpulan	93
5.2 Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	xv
LAMPIRAN	
Lampiran 1 Hasil Analisis Regresi Linier	95
Lampiran 2 Hasil Analisis Regresi Linier	96
Lampiran 3 Hasil Analisis Regresi Linier	97
Lampiran 4 Hasil Analisis Regresi Linier	98
Lampiran 5 Hasil Analisis Regresi Linier	99
Lampiran 6 Data Penelitian	10
Lampiran 7 Data Penelitian	101
Lampiran 8 Data Penelitian	102
Lampiran 9 Data Penelitian	103
Lampiran 10 Data Penelitian	104
Lampiran 11 Data Penelitian	105
Lampiran 12 Kuesioner Penelitian	106
Lampiran 13 Kuesioner Penelitian	107
Lampiran 14 Kuesioner Penelitian	108
Lampiran 15 Kuesioner Penelitian	109

DAFTAR TABEL

TABEL 3.1	Daftar Toko Matahari	64
TABEL 3.2	Operasionalisasi Variabel X	69
TABEL 3.3	Operasionalisasi Variabel Y	70
TABEL 4.1	Karakteristik Responden Jenis Kelamin.....	77
TABEL 4.2	Karakteristik Responden Usia	77
TABEL 4.3	Karakteristik Responden Pendidikan	78
TABEL 4.4	Karakteristik Responden Pekerjaan	78
TABEL 4.5	Karakteristik Responden Pendapatan	79
TABEL 4.6	Analisis Perubahan Merek	79
TABEL 4.7	Analisis Keputusan Pembelian	84
TABEL 4.8	Variables Entered	88
TABEL 4.9	Model Summary	89
TABEL 4.10	Coefficients	90

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1 Proses Pembelian Konsumen	41
GAMBAR 2.2 Faktor-faktor Keputusan Pembelian.....	47
GAMBAR 2.2 Rangkaian Merek yang diminati.....	52
GAMBAR 3.1 Merek Matahari Lama	55
GAMBAR 3.2 Merek Matahari Baru	55
GAMBAR 3.3 Struktur Organisasi PT. Matahari Putra Prima, Tbk	62
GAMBAR 4.1 Daerah penentuan Ho	92



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Analisis Regresi Linier.....	95
Lampiran 2 Hasil Analisis Regresi Linier.....	96
Lampiran 3 Hasil Analisis Regresi Linier.....	97
Lampiran 4 Hasil Analisis Regresi Linier.....	98
Lampiran 5 Hasil Analisis Regresi Linier.....	99
Lampiran 6 Data Penelitian.....	100
Lampiran 7 Data Penelitian.....	101
Lampiran 8 Data Penelitian.....	102
Lampiran 9 Data Penelitian.....	103
Lampiran 10 Data Penelitian.....	104
Lampiran 11 Data Penelitian.....	105
Lampiran 12 Kuesioner Penelitian.....	106
Lampiran 13 Kuesioner Penelitian.....	107
Lampiran 14 Kuesioner Penelitian.....	108
Lampiran 15 Kuesioner Penelitian.....	109