

**PENGARUH EKUITAS MEREK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP MINAT PEMBELI BLACKBERRY**

(STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
MERCU BUANA)

SKRIPSI

Dikerjakan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA EKONOMI

Program Studi Manajemen – Strata 1



NAMA : AGUNG HUDAYA

NIM : 43111010088

PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

2015

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI

Nama : Agung Hudaya

NIM : 43111010088

Program studi : S1 Manajemen

Judul Skripsi : PENGARUH EKUITAS MEREK DAN KUALITAS PRODUK

TERHADAP MINAT PEMBELI BLACKBERRY

(STUDI KASUS MAHASISWA FEB MERCU BUANA)

Tanggal Lulus Ujian : 29 Januari 2015



Disahkan oleh

Pembimbing Skripsi

Ketua Penguji

M. Rizki Sadikin BBA., MBA

Ryani Dhyani Parashakti, SE., MM

Tanggal : 9/2 2015

Tanggal : 9/2 2015

Dekan

Ketua Program Studi

Fakultas Ekonomi & Bisnis

S1 Manajemen

Prof. Dr. Wiwik Utami. Ak., M. S CA

Dr. Rina Astini, SE, MM.

Tanggal : 17/2 2015

Tanggal : 17/2 2015

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Agung Hudaya

Nim : 43111010088

Program Studi : S1 Manajemen

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

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, Desember 2014



(Agung Hudaya)

NIM. 43111010088

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT Yang Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui dan segala limpahan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul pengaruh ekuitas merek dan kualitas produk Terhadap minat pembeli blackberry (studi kasus mahasiswa FEB Mercu Buana) , yang merupakan syarat guna mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Program Strata satu (S1) Manajemen pada Universitas Mercu Buana

Penulis menyadari bahwa tanpa dukungan dan pesan serta dari berbagai pihak, sulit bagi penulis untuk menyelesaikan penulisan ini. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih dan memberikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Bpk M.Rizki Sadikin BBA., MBA. sebagai dosen pembimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Skripsi ini dari awal penulisan hingga dapat diselesaikan.
2. Bpk Dr.Arissetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercubuana.
3. Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., M S., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, dan Drs. Wawan Purwanto, SE., MM selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Ibu Dr. Rina Astini, SE., MM sebagai Ketua Program Studi Manajemen yang telah membekali pengetahuan selama penulis mengikuti pendidikan di Universitas Mercu Buana.
5. Seluruh dosen pengajar program S1 manajemen universitas mercubuana yang telah mendidik dan memberi bekal pengetahuan selama penulis mengikuti pendidikan di Universitas Mercu Buana.

6. Luna Haningsih SE., M.E dan Hesti Maheswari SE., M.Si selaku Sekretaris S1 Manajemen. Terimakasih atas perhatian, kesempatan dan nasihat yang ibu berikan.
7. Ibu dan Bapak selaku orang tua tercinta, yang selalu mendukung, dan mendoakan saya hingga saat ini, saya ucapkan terimakasih, untuk semua doa, motivasi, dan kesabaran hingga saya besar seperti sekarang.
8. Mubarok, Imam Wandana, dan Dian Ramdhani selaku kakak kandung saya, yang selalu mendukung dan menyayangi saya sedari kecil.
9. Santriani Matina Anjani yang selalu memotivasi saya.
10. Teman-teman angkatan 2011, yang selalu baik dan mewarnai kehidupan saya di Mercu Buana.

Semoga Skripsi ini bermanfaat terutama bagi penulis dan untuk kita bersama. Akhir kata, mohon maaf atas kekurangan yang ada pada Skripsi saya. Mudah mudahan dapat diperbaiki pada waktu mendatang baik oleh penulis sendiri maupun penulis lainnya sehingga ilmu dapat terus dikembangkan dan disempurnakan lagi.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta Desember 2014

(Agung Hudaya)

NIM 43111010088

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....i

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRIii

KATA PENGANTAR.....iii

DAFTAR ISI.....v

DAFTAR TABEL.....viii

DAFTAR LAMPIRAN.....ix

BAB I PENDAHULUAN.....1

1.1.Latar Belakang Penelitian.....1

1.2.Perumusan Masalah Penelitian.....7

1.3.Tujuan Penelitian.....7

1.4.Kontibusi Penelitian.....8

1.5.Sistematika Penulisan.....8

BAB II KAJIAN PUSTAKA KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....10

2.1.Manajemen Pemasaran.....10

2.1.1. Pengertian manajemen pemasaran.....10

2.2. Ekuitas Merek.....10

2.2.1. Pengertian ekuitas merek.....10

2.2.2. Model ekuitas merek.....	11
2.2.3. Model aaker.....	13
2.2.4. Membangun merek yang kuat.....	14
2.3. Kualitas Produk.....	17
2.3.1. Pengertian kualitas produk.....	17
2.3.2. Klasifikasi produk.....	17
2.3.3. Tingkat produk.....	19
2.3.4. Dimensi kualitas produk.....	21
2.4. Minat Pembeli.....	22
2.4.1. Pengertian minat pembeli.....	22
2.4.2. Indikator minat pembeli.....	22
2.4.3. Tahapan keputusan pembelian.....	23
2.5. Penelitian Terdahulu.....	25
2.6. Rerangka Pemikiran.....	27
2.7. Hipotesis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
3.1. Waktu dan Tempat Penelitian.....	29
3.2. Desain Penelitian.....	29
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	29
3.3.1. Variabel bebas.....	30
3.3.2. Variabel terikat.....	31
3.4. Pengukuran Variabel.....	34
3.5. Populasi Dan Sampel Penelitian.....	34
3.5.1. Populasi.....	34
3.5.2. Sampel.....	34
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.7. Metode Analisis.....	36
3.7.1. Uji instrumen.....	36
3.7.2. Uji asumsi klasik.....	47

3.7.3. Uji regresi linear berganda.....	38
Bab IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1. Gambaran Umum Lokasi Umum Penelitian.....	40
4.2. Hasil Penelitian.....	40
4.2.1. Analisis Data Responden.....	40
4.2.2. Tabel Frekuensi.....	42
4.2.3. Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	59
4.2.4. Uji Asumsi Klasik.....	63
4.2.4.1. Uji normalitas data.....	64
4.2.4.2. Uji heteroskadastisitas.....	66
4.2.4.3. Uji multikolinieritas.....	67
4.2.5. Analisis Regresi Linier Berganda.....	67
4.2.6. Koefisien Determinasi (<i>R Square</i>).....	68
4.2.7. Uji F.....	68
4.2.8. Uji t.....	69
4.3. Pembahasan Hasil Penelitian.....	70
BAB V Simpulan Dan Saran.....	71
5.1. Simpulan.....	71
5.2. Saran.....	73
5.2.1. Saran untuk Blackberry.....	72
5.2.2. Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya.....	72

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1 Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional	30
Tabel 3.2 Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional	31
Tabel 3.3 Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional	32
Tabel 4.1. Karakteristik Identitas Berdasarkan Jenis Kelamin Responden.....	39
Tabel 4.2. Karakteristik Identitas Berdasarkan Rentang Usia Responden.....	40
Tabel 4.3. Karakteristik Identitas Berdasarkan Program Studi.....	40
Tabel4.4. Frekuensi Pernyataan Kuesioner Ekuitas Merek 1.....	41
Tabel4.5. Frekuensi Pernyataan Kuesioner Ekuitas Merek 2.....	42
Tabel4.6. Frekuensi Pernyataan Kuesioner Ekuitas Merek 3.....	43
Tabel4.7. Frekuensi Pernyataan Kuesioner Ekuitas Merek 4.....	43
Tabel4.8. Frekuensi Pernyataan Kuesioner Ekuitas Merek 5.....	44
Tabel4.9. Frekuensi Pernyataan Kuesioner Ekuitas Merek 6.....	45
Tabel4.10. Frekuensi Pernyataan Kuesioner Ekuitas Merek 7.....	45
Tabel4.11. Frekuensi Pernyataan Kuesioner Ekuitas Merek 8.....	46
Tabel4.12. Frekuensi Pernyataan Kuesioner Ekuitas Merek 9.....	47
Tabel4.13. Frekuensi Pernyataan Kuesioner Ekuitas Merek 10.....	47
Tabel4.14. Frekuensi Pernyataan Kuesioner Kualitas Produk 1.....	48
Tabel4.15. Frekuensi Pernyataan Kuesioner Kualitas Produk 2.....	49
Tabel4.16. Frekuensi Pernyataan Kuesioner Kualitas Produk 3.....	49
Tabel4.17. Frekuensi Pernyataan Kuesioner Kualitas Produk 4.....	50
Tabel4.18. Frekuensi Pernyataan Kuesioner Kualitas Produk 5.....	51
Tabel4.19. Frekuensi Pernyataan Kuesioner Kualitas Produk 6.....	51
Tabel4.20. Frekuensi Pernyataan Kuesioner Kualitas Produk 7.....	52
Tabel4.21. Frekuensi Pernyataan Kuesioner Kualitas Produk 8.....	53

Tabel4.22. Frekuensi Pernyataan Kuesioner Minat Pembeli 1.....	53
Tabel4.23. Frekuensi Pernyataan Kuesioner Minat Pembeli 2.....	54
Tabel4.24. Frekuensi Pernyataan Kuesioner Minat Pembeli 3.....	55
Tabel4.25. Frekuensi Pernyataan Kuesioner Minat Pembeli 4.....	55
Tabel4.26. Frekuensi Pernyataan Kuesioner Minat Pembeli 5.....	56
Tabel4.27. Frekuensi Pernyataan Kuesioner Minat Pembeli 6.....	57
Tabel4.28. Frekuensi Pernyataan Kuesioner Minat Pembeli 7.....	57
Tabel4.29. Hasil Pengujian Kmo Instrumen Ekuitas Merek.....	58
Tabel4.30. Hasil Pengujian Validitas Instrumen Ekuitas Merek.....	59
Tabel4.31. Hasil Pengujian Kmo Instrumen Kualitas Produk.....	60
Tabel4.32. Hasil Pengujian Validitas Instrumen Kualitas Produk.....	60
Tabel4.33. Hasil Pengujian Kmo Instrumen Minat Pembeli.....	61
Tabel4.34. Hasil Pengujian Validitas Instrumen Minat Pembeli.....	61
Tabel4.35. Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	62
Tabel4.36. Hasil Pengujian Multikolinieritas.....;	66
Tabel4.37. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi.....	67
Tabel4.38. Hasil Uji Statistik F.....	68
Tabel4.39. Hasil Uji Statistik t.....	69

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1 Trenpenjualan Blackberry di Indonesia.....	5
GAMBAR 2.1 Elemenekuitasmereutama.....	14
GAMBAR 2.2 keputusanstraegimereutama.....	15
GAMBAR 4.1 grafik histogram.....	63
GAMBAR 4.4 grafik P-P Plot ujinormalitas residual.....	63
GAMBAR 4.3 hasilujiheteroskadastisitas.....	65

