

**PENGARUH EKUITAS MEREK, EFEKTIVITAS IKLAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK PASTA GIGI
PEPSODENT**

(Studi Kasus Pada Masyarakat Cengkareng, Jakarta Barat)

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen**

Universitas Mercu Buana Jakarta



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Nama : ROBI JUNIANSYAH
Nim : 43111010076

Program Studi Manajemen

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

2015

**PENGARUH EKUITAS MEREK, EFEKTIVITAS IKLAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK PASTA GIGI
PEPSODENT**

(Studi Kasus Pada Masyarakat Cengkareng, Jakarta Barat)

SKRIPSI



UNIVERSITAS

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Nama : ROBI JUNIANSYAH

Nim : 43111010076

Program Studi Manajemen

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

2015

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Robi Juniansyah

NIM : 43111010076

Program Studi : S1 Manajemen

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

Demikian pernyataan ini saya buat sebenar-benarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 15 Juni 2015


ROBI JUNIANSYAH

43111010076

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Robi Juniansyah
NIM : 43111010076
Program Studi : Manajemen – S1
Judul Skripsi : Pengaruh Ekuitas Merak dan Efektifitas Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pepsodent (Studi Kasus pada Masyarakat Cengkareng Jakarta Barat)
Tanggal Lulus Ujian : 13 Juli 2015

Disahkan Oleh :

Pembimbing Skripsi

Ketua Penguji


(Mochamad Rizki Sadikin, BBA, MBA)

Tanggal : 11/8/2015


(Tri Wahyono, SE., MM.)

Tanggal : 4-8-2015

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen S1


(Prof. Dr. Wiwik Utami Ak., MS., CA)

Tanggal : 11/8/2015


(Dr. Rina Astini SE, MM)

Tanggal : 11/8 2015

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Ekuitas Merek dan Efektifitas Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pasta Gigi Pepsodent (Studi Kasus Masyarakat Cengkareng, Jakarta Barat)”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa tanpa dukungan dan peran serta dari berbagai macam pihak, sulit penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Pada kesempatan penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Kedua orang tua saya Nur Alam dan Iim Rodah serta kakak Rosita yang telah memberikan doa, memberi dukungan, semangat dan kasih sayang yang tiada batasnya sehingga penulis bisa mencapai pendidikan sampai saat ini.
2. Bapak Dr.Ir. Aris setyanto Nugroho, MM, selaku Rektor Universitas Mercu Buana
3. Ibu Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak. Ms., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
4. Bapak Mochamad Rizki Sadikin, BBA, MBA selaku pembimbing skripsi yang telah sabar membimbing, mengarahkan dan memberikan motivasi, saran-saran kepada penulis sehingga skripsi ini dapat tersusun.

5. Jajaran Program studi manajemen S1, ibu Dr. Rina Astini SE., MM selaku kaprodi manajemen S1, ibu Luna Haningsih, SE., ME dan ibu Hesti Maheswari, SE., M, Si selaku sekretaris I dan sekretaris II Program Studi Manajemen S1.
6. Terima Kasih pada yang Terkasih Shinta Permata yang selalu memberi semangat, dukungan baik moral maupun pernyataan, rasa cinta, kepedulian dan kasih sayang yang tulus dan banyak hal lain sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
7. Teman-Teman KN (Kafe Nikmat) Manajemen S1 Alfiansyah, Borjoy, Oca Rantxa, Rinaldi, Cetek, Patar, Haidar, Beny, Fajar, Umam, Defa, Robi C, Idham, Yana, Jalil, Nico, Al-ambiya, Agung, Tanyo, Wantet, Budi, Tika, Rivan, Fahmi dan Angga (alm) terimakasih atas do'a, semangat, motivasi dan kebersamaannya.
8. Teman-teman saya dalam menyusun skripsi Sari S, Ahmad Rahimmaji, Yusuf Aldian Tanoyo, Lulu Yulianti, Teuku Ananda, Khoiruzan Albi, Aries Wibowo, Budi Indianto, Rahmi Rahmadhani, Yossy P, Iis Suryani semoga kita selalu diberikan kemudahan dalam hal apapun.
9. Teman-teman bermain Aris, Purwanto, Tio, Ubuy, Dayat, Anas, Farhan, Bocul, Muftidah, Lutfi dan Batara.

Kepada seluruh pihak dan teman-teman penulis yang lainnya yang tidak disebutkan namanya satu persatu. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan kalian. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis.

Jakarta, juni 2015

Robi Juniansyah



DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN DEWAN SKRIPSI	ii
ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Batasan Masalah Penelitian.....	8
C. Rumusan Masalah Penelitian	8
D. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	9
1. Tujuan Penelitian.....	9
2. Kontribusi Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. KajianPustaka.....	10
1. Pemasaran.....	10
2. Manajemen Pemasaran.....	11

3. Konsep Pemasaran	12
B. Definisi Merek	13
1. Fungsi Merek	14
2. Definisi Ekuitas Merek.....	14
3. Konsep Ekuitas Merek.....	16
4. Dimensi Ekuitas Merek.....	17
C. Definisi Iklan.....	25
1. Tujuan Iklan.....	25
2. Efektifitas Iklan.....	26
3. Jenis Media Iklan Utama.....	27
4. Epic Model.....	29
D. Definisi Prilaku Konsumen	32
1. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Prilaku Konsumen	33
2. Definisi Keputusan Pembelian.....	37
3. Tahap-tahap Proes Keputusan Pembelian.....	38
E. Penelitian Terdahulu.....	42
F. Rangka Pikiran.....	44
G. Hipotesis.....	45

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	46
1. Waktu Penelitian.....	46
2. Tempat Penelitian	46
B. Desain Penelitian	46
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	47
1. Definisi Variabel.....	47
2. Operasonalisasi Variabel.....	48
D. Skala Pengukuran Variabel	50
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	51
1. Populasi	51

2. Sampel Penelitian.....	51
F. Teknik Pengumpulan Data.....	53
1. Wawancara	53
2. Kuisisioner (Angket)	53
G. Jenis Data	54
H. Metode Analisis Data.....	54
1. Analisis Deskriptif	54
2. Uji Kualitas Data.....	55
a. Uji Validitas	55
b. Uji Reliabilitas	55
3. Uji Asumsi Klasik.....	56
a. Uji Normalitas.....	56
b. Uji Mutikolonieritas	56
c. Uji Heteroskedastisitas	57
4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda	58
5. Uji Hipotesis	59
a. Koefisien Determinasi	59
b. Uji F (Pengujian Secara Simultan).....	59
c. Uji F (Pengujian Secara Parsial)	60

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	61
1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	63
a. Tempat Penelitian.....	63
b. Waktu Penelitian.....	63
B. Statistik Deskriptif.....	63
1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin....	64
2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	65
3. Deskripsi Responden Pendidikan Terakhir.....	65
4. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	66
C. Hasil Ferkuensi Perkuesioner	67

1.	Hasil Frekuensi Perkuesioner Ekuitas Merek.....	67
2.	Hasil Frekuensi Perkuesioner Efektifitas Iklan	72
3.	Hasil Frekuensi Perkuesioner Keputusan Pembelian.....	76
D.	Hasil Uji Kualitas Data	80
1.	Hasil Uji Validitas.....	80
2.	Hasil Uji Realibilitas	82
E.	Hasil Analisis Linier Berganda.....	83
F.	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	85
1.	Hasil Uji Normalitas	85
2.	Hasil Uji Multikolonieritas.....	86
3.	Hasil Uji Heteroskedastisitas	87
G.	Hasil Uji Hipotesis.....	88
1.	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	88
2.	Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....	88
3.	Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)....	89
H.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	90
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	
A.	Simpulan	93
B.	Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	99

DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
1.1	Perusahaan yang mengeluarkan produk pasta gigi.....	4
1.2	Presentase penjualan produk pasta gigi.....	7
2.1	Penelitian Terdahulu.....	42
3.1	Operasionalisasi Variabel Ekuitas Merek	48
3.2	Operasionalisasi Variabel Efektivitas Iklan.....	49
3.3	Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian.....	49
3.4	Pengukuran Skala Likert	50
4.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
4.2	Profil Responden Berdasarkan Usia	65
4.3	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	65
4.4	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	66
4.5	Hasil Frekuensi Perkuesioner	67
4.6	Hasil Frekuensi Perkuesioner	67
4.7	Hasil Frekuensi Perkuesioner	68
4.8	Hasil Frekuensi Perkuesioner	68
4.9	Hasil Frekuensi Perkuesioner.....	69
4.10	Hasil Frekuensi Perkuesioner.....	69
4.11	Hasil Frekuensi Perkuesioner.....	70
4.12	Hasil Frekuensi Perkuesioner.....	70
4.13	Hasil Frekuensi Perkuesioner.....	71
4.14	Hasil Frekuensi Perkuesioner.....	71
4.15	Hasil Frekuensi Perkuesioner.....	72

4.16	Hasil Frekuensi Perkuesioner.....	72
4.17	Hasil Frekuensi Perkuesioner.....	73
4.18	Hasil Frekuensi Perkuesioner.....	73
4.19	Hasil Frekuensi Perkuesioner.....	74
4.20	Hasil Frekuensi Perkuesioner.....	74
4.21	Hasil Frekuensi Perkuesioner.....	75
4.22	Hasil Frekuensi Perkuesioner.....	76
4.23	Hasil Frekuensi Perkuesioner.....	76
4.24	Hasil Frekuensi Perkuesioner.....	77
4.25	Hasil Frekuensi Perkuesioner.....	77
4.26	Hasil Frekuensi Perkuesioner.....	78
4.27	Hasil Frekuensi Perkuesioner.....	78
4.28	Hasil Frekuensi Perkuesioner.....	79
4.29	Hasil Frekuensi Perkuesioner.....	79
4.30	Hasil Frekuensi Perkuesioner.....	80
4.31	Hasil Uji Validitas Ekuitas Merek.....	80
4.32	Hasil Uji Validitas Efektifitas Iklan.....	81
4.33	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembellian.....	81
4.34	Hasil Uji Reliabilitas.....	82
4.35	Hasil Linier Regresi Berganda.....	83
4.36	Hasil Uji Normalitas.....	85
4.37	Hasil Uji Multikolonieritas.....	86
4.38	Koefisien Determinasi (R^2).....	88
4.39	Hasil Uji F.....	89
4.40	Hasil Uji t.....	89

DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Halaman
2.1	Konsep Ekuitas Merek	16
2.2	Tahap-tahap Proses Keputusan Pembelian.....	39
2.3	Rerangka Pikiran.....	44
4.1	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	87



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

	Keterangan	Halaman
Lampiran 1	Kuesioner	100
Lampiran 2	Hasil Karakteristik Reponden	105
Lampiran 3	Hasil Kuesioner	106
Lampiran 4	Hasil Frekuensi Perkuesioner.....	113
Lampiran 5	Hasil Uji Kualitas Data.....	120
Lampiran 6	Hasil Uji Asumsi Klasik	123
Lampiran 7	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	124
Lampiran 8	Hasil Uji Hipotesis.....	125