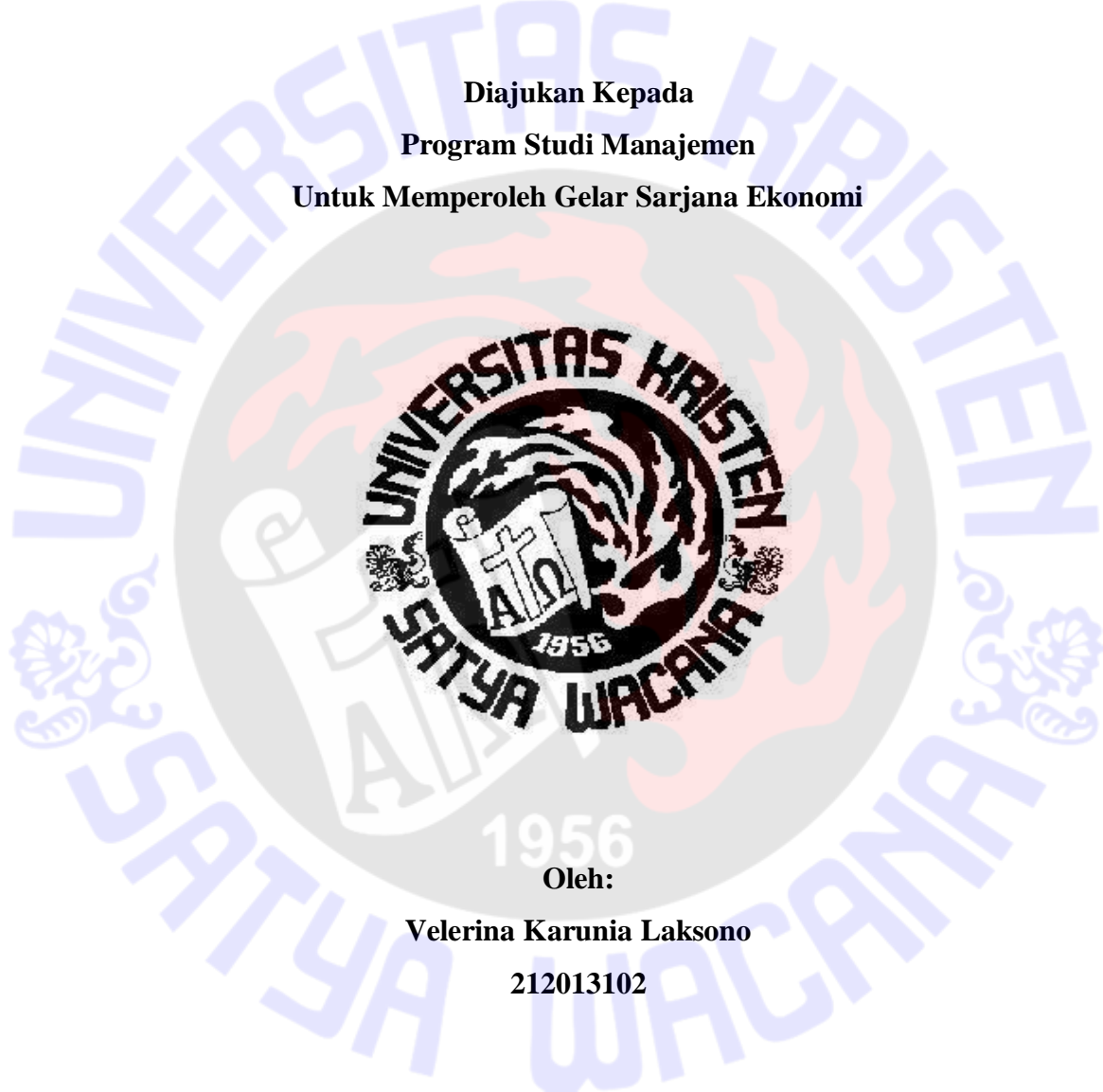


**Pengaruh Ekuitas Merek dan Iklan Terhadap Keputusan
Pembelian Produk Obat Masuk Angin
(STUDI PADA TOLAK ANGIN di KOTA SALATIGA)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Kepada
Program Studi Manajemen
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



**1956
Oleh:**

Velerina Karunia Laksono

212013102

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA
SALATIGA**

2018



PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Velerina Karunia Laksono
NIM : 212013102 Email : 212013102@students.uesw.edu
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Program Studi : Manajemen
Judul tugas akhir : Pengaruh Ekuitas Merek dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Obat Masuk Angin (Study Pada Telek Angin di Kota Salatiga)

Pembimbing : 1. Eko Siseno HR Mstrutty, SE, MM
2. _____

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan baik di Universitas Kristen Satya Wacana maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini bukan saduran/terjemahan melainkan merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber penelitian.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini, serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Kristen Satya Wacana.

Salatiga, 20 September 2018



Velerina Karunia Laksono



PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Velerina Karung Laksono
NIM : 212013102 Email : 212013102@student.uksw.ac.id
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Program Studi : Manajemen
Judul tugas akhir : Pengaruh Ekuitas Merek dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Obat Masuk Angin (Study Pada Tokoh Angin di Kota Salatiga)

Dengan ini saya menyerahkan hak *non-eksklusif** kepada Perpustakaan Universitas – Universitas Kristen Satya Wacana untuk menyimpan, mengatur akses serta melakukan pengelolaan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut (beri tanda pada kotak yang sesuai):

- a. Saya mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repositori Perpustakaan Universitas, dan/atau portal GARUDA
- b. Saya tidak mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repositori Perpustakaan Universitas, dan/atau portal GARUDA**

* Hak yang tidak terbatas hanya bagi satu pihak saja. Pengajar, peneliti, dan mahasiswa yang menyerahkan hak non-eksklusif kepada Repositori Perpustakaan Universitas saat mengumpulkan hasil karya mereka masih memiliki hak copyright atas karya tersebut.
** Hanya akan menampilkan halaman judul dan abstrak. Pilihan ini harus dilampiri dengan penjelasan/ alasan tertulis dari pembimbing TA dan diketahui oleh pimpinan fakultas (dekan/kaprodi).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Salatiga, 20 September 2018

1956


Velerina Karung Laksono
Tanda tangan & nama terang mahasiswa

Mengetahui,


Eko Suseno HR Mhatutty, SE, MM
Tanda tangan & nama terang pembimbing I

Tanda tangan & nama terang pembimbing II

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Kertas Kerja : Pengaruh Ekuitas Merek dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian
Produk Obat Masuk Angin (Study Pada Tolak Angin di Kota Salatiga)
Nama Mahasiswa : Velerina Karunia Laksono
NIM : 212013102
Program Studi : S1 Manajemen

MENYETUJUI



Eko Suseno H.R. Matrutv, S.E., M.M.

PEMBIMBING

MENGESAHKAN



Albert Kristian N.A.N, SE, MM, Ph.D.

Ketua Program Studi Manajemen

Dinyatakan Lulus Ujian Tanggal : 7 September 2018

**Pengaruh Ekuitas Merek dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian
Produk Obat Masuk Angin
(STUDI PADA TOLAK ANGIN di KOTA SALATIGA)**

Oleh:

**Velerina Karunia Laksono
212013102**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Kepada
Program Studi Manajemen
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

Disetujui Untuk Diuji oleh:

**Eko Suseno MR Matratty, SE. MM
Pembimbing**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA
SALATIGA
2017**

MOTO

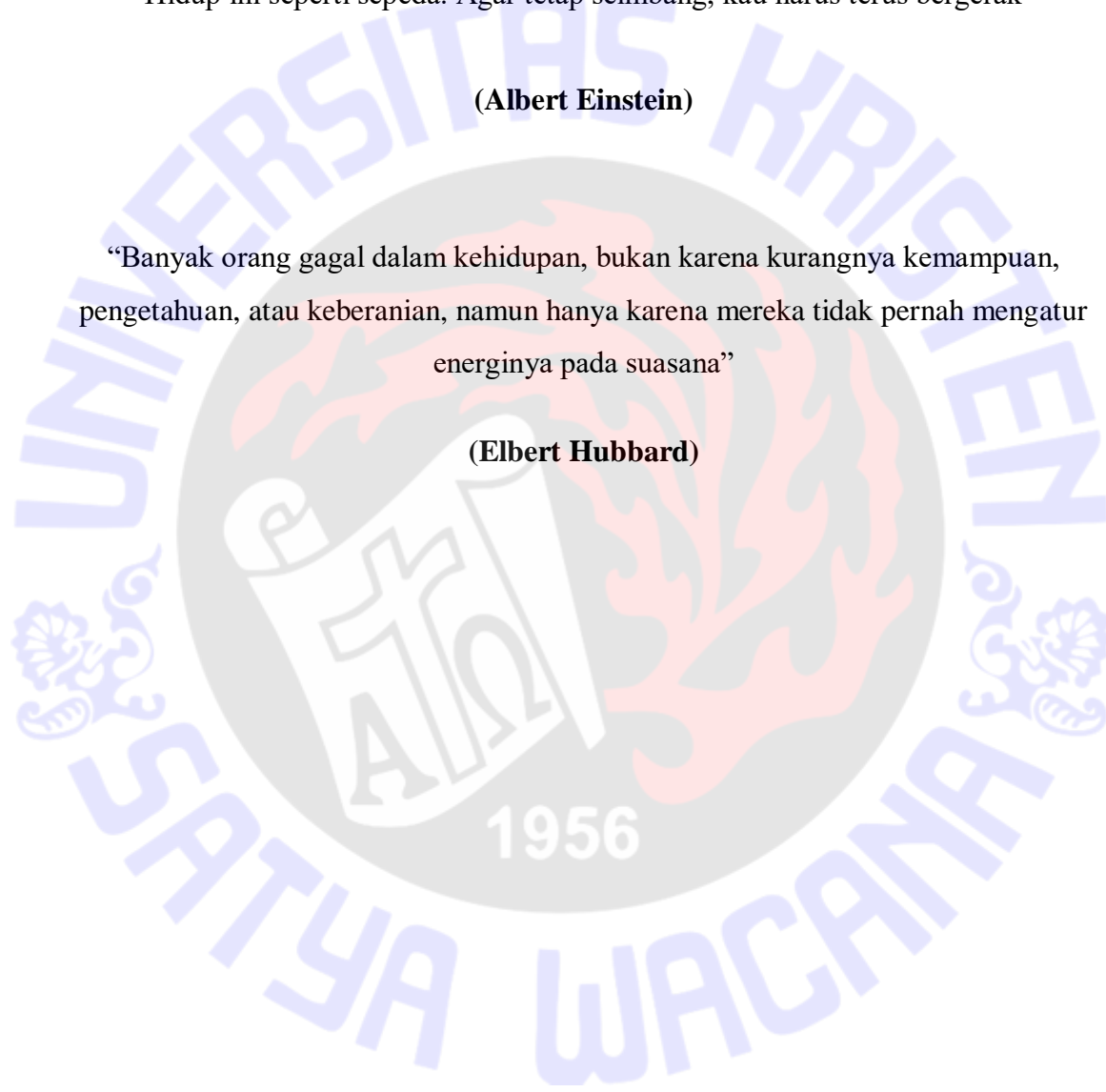
“Saat merasa susah dan sudah tidak sanggup lagi berdiri, ingat lah masih ada mimpi yang panjang yang belum digapai percayalah Tuhan selalu beserta mu”

“Hidup ini seperti sepeda. Agar tetap seimbang, kau harus terus bergerak”

(Albert Einstein)

“Banyak orang gagal dalam kehidupan, bukan karena kurangnya kemampuan, pengetahuan, atau keberanian, namun hanya karena mereka tidak pernah mengatur energinya pada suasana”

(Elbert Hubbard)



SARIPATI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ekuitas merek dan iklan terhadap keputusan pembelian produk obat masuk angin yaitu Tolak Angin di Salatiga. Penelitian ini dilakukan pada 200 responden dengan menggunakan teknik *nonprobability sampling* yaitu *accidental sampling*, kemudian pengumpulan data dilakukan dengan cara memberikan kuesioner secara langsung pada responden. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel dalam ekuitas merek seperti kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, loyalitas merek, dan iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian suatu produk obat masuk angin dengan merek Tolak Angin di kota Salatiga.

Kata kunci: Keputusan Pembelian Produk, Ekuitas Merek, Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Merek, Loyalitas Merek, Iklan.

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the effect of brand equity and advertising on purchasing decisions of Tolak Angin in Salatiga city. this research focus on 200 respondent with non probability sampling which is accidental sampling, after that the questioner will be distribute to each respondent directly. the result of this research is each variable of brand equity like brand awareness, brand association, Perceived Quality, brand loyalty, and advertising have a positive and significant impact on purchasing decisions on Tolak Angin in Salatiga City.

Keyword : Buying Decision, brand equity, brand awareness, brand association, perceived quality, brand loyalty, advertising.



KATA PENGANTAR

Topik penelitian pada tugas ahir ini adalah Pengaruh Ekuitas Merek dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Obat Masuk Angin (STUDI PADA TOLAK ANGIN di KOTA SALATIGA). Hal ini ditujukan untuk mencari tau apakah produk obat masuk angin merek tolak angin masih memiliki pengaruh ekuitas merek dan iklan di mata konsumen tepatnya dikota salatiga.

Tugas ahir ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi jurusan Manajemen Universitas Kristen Satya Wacana. Dalam penulisan ini berharap skripsi ini dpat bermanfaat bagi semua pihak.

Salatiga, 20 September 2018

Velerina Karunia Laksono

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas kasih karunia dan anugrah-Nya yang telah memberikan kesempatan, membimbing serta kesehatan jasmani maupun rohani di setiap kehidupan saya dalam hari lepas hari sampai saat ini saya bisa menyelesaikan tugas ahir ini tanpa campurtangan dari Tuhan Yesus saya bukan lah apa-apa.

Terimakasih juga untuk:

1. Kedua orang tua saya, Papa Tri Laksono dan Mama Yvette Valentine Bydde yang saya kasihi, terimakasih atas kasih sayang dan pengorbanan kalian selama ini, Terimakasih juga atas semua dukungan didalam doa maupun material hingga sampai saat ini saya bisa sampai di tingkat ini.
2. Kakak dan adik saya, Priskila Devani dan Fernando Augusta Laksono terimakasih sudah menjadi Kaka dan adik yang baik untuk saya dan segala perkelahian yang kita alami membuat kita belajar untuk menjadi lebih dewasa.
3. Oma Anseline yang sudah memberikan saya banyak cerita dan kejahilan dimasa hidup ini, terimakasih atas dukungan dalam mnyelesaikan skripsi agar biar bisa foto bareng pake toga.
4. Seluruh keluarga saya dari papa dan mama saya, omm pen, omm kun, tante naning, tante nunung, tante aji, omm budi, omm jimmy, tante cici, tante nova, tante cecil, koko jeremy terimakasih yang sudah memberi pertanyaan kapan lulus memacu saya untuk bisa cepat menyelesaikan study saya.
5. Ibu Roos Kities Andadari, S.E., M.B.A., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana.
6. Bapak Eko Suseno Hendro Riyadi Matruty, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing penulis yang telah meluangkan waktu untuk membimbing saya sampai penulisan skripsi ini selesai.
7. Bapak Albert Kriestian N.A.N., S.E., M.M., Ph.D., selaku Ketua Program Study Manajemen Fakultas ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana.
8. Semua dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana yang telah membimbing setiap pembelajaran saya selama perkuliahan berlangsung.

9. Gank MAK teman bermain dan belajar, jessica, Hanrisca, Fransisca, Gea, Diana, Dominicus, Bella yang sudah menemani saya disaat suka maupun duka.
10. Teman teman saya di dalam kampus maupun diluar kampus, debby, nanet, ajeng, armand, felix, rere, archie, jojo, raka, maria, ira, tyas, simon terimakasih atas dukungan yang telah kalian berikan selama ini sehingga saya bisa seperti saat ini.

Ahir kata, penulis mengucapkan terimakasih pada Tuhan Yesus yang sudah memberikan keluarga dan teman yang mengasihi saya selama ini segala ucap syukur penulis panjatkan hanya di dalam nama Tuhan Yesus Kristus sajalah saya bisa sampai saat ini dan dapat mendapatkan orang-orang yang mengasihi saya.

Salatiga, 20 September 2018

Velerina Karunia Laksono

Daftar Isi

Lembar Pernyataan Keaslian Karya Tulis	ii
Lembar Pernyataan Tidak Plagiat	iii
Lembar Pernyataan Persetujuan Akses	iv
Lembar Pengesahan.....	v
<i>MOTO</i>	vii
SARIPATI	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR.....	x
UCAPAN TERIMA KASIH	xi
Daftar Isi.....	xiii
Pendahuluan.....	1
Rumusan Masalah	3
Tujuan Penelitian	4
Manfaat Penelitian	4
Kajian Teori	5
Deskripsi Teori	5
Konsep Merek	5
Ekuitas Merek	5
Iklan	7
Keputusan Pembelian	7
Kaitan Antar Konsep	9
Metode Penelitian.....	14
Desain Penelitian	14
Populasi dan Sampel.....	16
Populasi	16
Sampel	17
Data Primer	17
Metode Pengumpulan Data	17
Uji Validitas dan Reliabilitas	18
A. Uji Asumsi Klasik	18
1. Uji Normalitas	18
2. Uji Multikolinieritas	19
3. Uji Heteroskedastisitas	19
B. Analisis Regresi Berganda	19
C. Uji Hipotesis	20
Uji Koefisien Determinasi (R^2)	20

Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	20
Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)	20
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	21
Identitas Responden	21
Uji Validitas	22
Uji Reabilitas.....	24
Uji Asumsi Klasik	24
Uji Normalitas	24
Uji Multikolinieritas	25
Uji Heteroskedastisitas	26
Uji Regresi Berganda.....	27
Uji Koefisien Determinasi	27
Uji Hipotesis.....	28
Pembahasan.....	30
H1: Kesadaran Merek Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Pembelian	30
H2: Asosiasi Merek Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Pembelian	31
H3: Persepsi Kualitas Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Pembelian	31
H4: Loyalitas Merek Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Pembelian	32
H5: Iklan Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Pembelian	32
KESIMPULAN DAN SARAN	34
Kesimpulan	34
Saran	35
Keterbatasan Penelitian	35
Daftar Pustaka.....	36
KUESIONER	39
LAMPIRAN	6
Uji Validitas Kesadaran Merek	6
Uji Variable Asosiasi Merek.....	6
Uji Variable Persepsi Kualitas	6
Uji Validitas Loyalitas Merek.....	7
Uji Validitas Iklan	7
Uji Variable Kesadaran Merek.....	7
Uji Reabilitas Kesadaran Merek	8
Uji Normalitas	8
Uji Multikolinieritas	9
Uji Heteroskedastisitas	9
Analisis Regresi Berganda.....	10