



**ANALISIS DISKRIMINAN EKUITAS MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
HANDPHONE BLACKBERRY
(Studi pada Siswa Sekolah Menengah Atas Negeri di Kabupaten Jember)**

SKRIPSI

Oleh

**Ayu Nareswari
NIM. 070810201146**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2012**



**ANALISIS DISKRIMINAN EKUITAS MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
HANDPHONE BLACKBERRY
(Studi pada Siswa Sekolah Menengah Atas Negeri di Kabupaten Jember)**

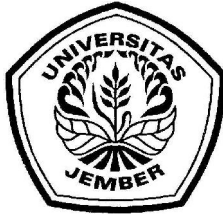
SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi
Universitas Jember

Oleh :

**Ayu Nareswari
NIM. 070810201146**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2012**



**ANALISIS DISKRIMINAN EKUITAS MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
HANDPHONE BLACKBERRY
(Studi pada Siswa Sekolah Menengah Atas Negeri di Kabupaten Jember)**

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi
Universitas Jember

**Oleh
Ayu Nareswari
NIM 070810201146**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2012**

KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Nama : **AYU NARESWARI**
NIM : **070810201146**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Konsentrasi : **PEMASARAN**
Judul Skripsi : **ANALISIS DISKRIMINAN EKUITAS MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
HANDPHONE BLACKBERRY (Studi pada Siswa Sekolah
Menengah Atas Negeri di Kabupaten Jember)**

Menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah di ajukan pada institusi mana pun dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 25 Juni 2012

Yang Menyatakan,

Ayu Nareswari
NIM. 070810201146

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Analisis Diskriminan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* BlackBerry (Studi pada Siswa Sekolah Menengah Atas Negeri di Kabupaten Jember)

Nama Mahasiswa : Ayu Nareswari

NIM : 070810201146

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Pembimbing I

Dr. Bambang Irawan, SE. M. Si

NIP. 19610317 198802 1 001

Pembimbing II

Drs. Ketut Indraningrat, M. Si

NIP. 19610710 198902 1 002

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Prof. Dr. Isti Fadah, S.E., M.Si

NIP. 19661020 199002 2 001

PENGESAHAN

ANALISIS DISKRIMINAN EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE BLACKBERRY (Studi pada Siswa Sekolah Menengah Atas Negeri di Kabupaten Jember)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : AYU NARESWARI

NIM : 070810201146

Jurusan : Manajemen

telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal:

27 Juni 2012

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Tim Penguji

Ketua : Tatok Endiarto, SE., M. Si :
NIP. 19600404 1989020 1 001

Sekretaris: Drs. Ketut Indraningrat, M. Si :
NIP. 19610710 198902 1 002

Anggota : Dr. Bambang Irawan, SE. M. Si :
NIP. 19610317 198802 1 001

Mengetahui / Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,

Prof. Dr. H. Mohammad Saleh, M.Sc
NIP. 19560831 198403 1 002

LEMBAR REVISI

Nama : Ayu Nareswari
NIM : 070810201146
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Judul : Analisis Diskriminan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian
Handphone BlackBerry (Studi pada Siswa Sekolah Menengah Atas di
Kabupaten Jember)

Telah benar-benar melakukan revisi skripsi setelah ujian skripsi dan pendadaran

Mengetahui Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

Tatok Endiarto, SE., M. Si
NIP. 19600404 1989020 1 001

Drs. Ketut Indraningrat, M. Si
NIP. 19610710 198902 1 002

Anggota

Dr. Bambang Irawan, SE. M. Si
NIP. 19610317 198802 1 001

PERSEMBAHAN

Kedua orang tuaku, Ibunda Hikmah Bhaktati dan Ayahanda Slamet Witanto yang selalu mendoakanku, memberiku semangat, mengajarkanku untuk tidak mudah putus asa dalam menghadapi apapun, mendoakan dan memberikan kasih sayang serta pengorbanan selama ini. Karya ini ku persembahkan sebagai wujud baktiku pada Ayahku dan Ibuku. Terimakasih yang tiada terhingga tercurah untuk Ayah dan Ibu.

MOTTO

Musik adalah sebuah ekspresi nurani dasar yang memiliki dunianya sendiri. Layaknya sebuah dunia, dunia musik pun disertai oleh bahasa dan warna sebagai sarana ekspresi dan komunikasi. Maka bermain musiklah dengan kejujuran hatimu

(Ir. Purwacaraka)

“Belajar dari masa lalu hidupmu untuk masa sekarang, mencoba dari masa lalu lakukan di masa sekarang. Jangan sampai masa lalumu menjadi suram dimasa depanmu.”

(Mario Teguh)

Lakukan apapun yang kamu bisa dengan apa yang kamu punya, dan kamu akan mendapat apa yang kamu butuhkan untuk melakukan apa yang kamu inginkan

(Ayu Nareswari)

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta menganalisis ekuitas merek yang dapat membedakan keputusan pembelian *handphone* BlackBerry di Jember. Penelitian ini merubah *explanatory research* yang dilakukan dengan metode survai. Metode pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling* yang mana ditentukan terlebih dahulu beberapa kriteria untuk menjaring responden yang benar-benar memenuhi syarat. Data dikumpulkan berdasarkan jawaban responden yang berasal dari daftar pertanyaan (kuesioner) yang diajukan.

Analisis data yang digunakan adalah analisis diskriminan, diperoleh persamaan

$Z = 0,558X_1 + 0,341 X_2 + 0,402 X_3 + 0,470X_4$. Keempat variabel yang terpilih sebagai yang paling dapat membedakan konsumen membeli dan tidak membeli adalah variabel kesadaran merek (X_1) dilihat dari besaran koefisien diskriminannya sebesar 0,558. Urutan kedua diikuti variabel loyalitas merek (X_4) dengan koefisien sebesar 0,470. Selanjutnya diikuti oleh variabel asosiasi merek (X_3) dengan koefisien sebesar 0,402. Untuk variabel independen yang mempunyai pembeda paling kecil adalah variabel persepsi kualitas (X_2) dengan koefisien sebesar 0,341. Dapat disimpulkan bahwa terdapat faktor-faktor yang secara signifikan membedakan keputusan pembelian konsumen dalam membeli dan tidak membeli *handphone* BlackBerry. Faktor yang signifikan tersebut terdiri dari empat variabel yaitu kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek, dan loyalitas merek. Penelitian ini memberikan informasi yang dapat digunakan oleh distributor *handphone* BlackBerry di Jember sebagai acuan untuk memperbaiki ekuitas mereknya sehingga dapat meningkatkan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian.

Kata Kunci : Ekuitas Merek, Keputusan Pembelian

PRAKATA

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan kemudahan sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Diskriminan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* BlackBerry (Studi pada Siswa Sekolah Menengah Atas Negeri di Kabupaten Jember) “. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Karya tulis ini tidak akan dapat terselesaikan tanpa bantuan, bimbingan, dorongan serta do'a dari berbagai pihak. Untuk itu dengan segenap kerendahan hati penulis ingin menghaturkan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Mohammad Saleh, M.Sc selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember;
2. Ibu Prof. Dr. Istifadah, SE., M.Si selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi Universitas Jember;
3. Bapak Dr. Bambang Irawan, SE. M. Si selaku Dosen Pembimbing I atas segala kesabarannya dalam memberikan komentar, saran, bimbingan mulai dari awal proposal sampai pada akhirnya terbentuk skripsi ini;
4. Bapak Drs. Ketut Indraningrat, M. Si selaku Dosen Pembimbing II atas segala kesabarannya dalam memberikan komentar, saran, bimbingan mulai dari awal proposal sampai pada akhirnya terbentuk skripsi ini;
5. Tatok Endiarto, SE., M. Si selaku Dosen Penguji atas segala saran pada akhir terbentuknya skripsi ini;
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember atas segala ilmu yang telah diberikan.
7. Penggerak Administrasi Manajemen, Pak Yuli, Mbak Linda dan Mas Nono' terimakasih sudah dibantu selama ini.

8. Kedua orang tuaku Ayah Slamet Witanto dan ibu Hikmah Bhaktiati untuk semua yang telah diberikan dan dikorbankan demi kebahagiaan dan kesuksesan penulis dahulu, kini dan nanti;
9. Keluarga keduaku untuk doa yang telah diberikan
10. Alfian Rosandy seseorang yang telah membantu memberikan motivasi, doa dan semangat dengan cinta dan kasih sayang serta perhatian dalam situasi apapun tetap ada bersamaku.
11. Karyawan Purwacaraka Musik Studio terima kasih atas kerjasama, semangat, kebersamaan serta canda tawanya;
12. Sahabat-sahabatku Nela, Sari, Juny, Icha, Rio, Chaca, Deni, Rozy, Ujun, yang tidak bisa kusebutkan satu per satu terima kasih atas dukungannya dan motivasi kalian dan teman-teman angkatan 2007;
13. Almamater yang kubanggakan dan kucintai;
14. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan penulis pada khususnya.

Jember, 31 Oktober 2011

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
ABSTRAKSI	vii
PRAKATA	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN-LAMPIRAN	xii
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	5
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	5
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Empiris	6
2.2 Landasan Teori	8
2.2.1 Keputusan Pembelian.....	8
2.2.2 Merek.....	11
2.2.3 Ekuitas Merek.....	13
2.2.4 Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>).....	16
2.2.5 Asosiasi Merek (<i>Brand Association</i>).....	17
2.2.6 Persepsi Kualitas (<i>Perceived Quality</i>).....	20

2.2.7	Loyalitas Merek (<i>Brand Loyalty</i>).....	28
2.2.8	Keterkaitan Ekuitas Merek dengan Keputusan Pembelian	24
2.3	Kerangka Konseptual dan Hipotesis.....	26
BAB 3. METODE PENELITIAN		
3.1	Rancangan Penelitian.....	27
3.2	Jenis Data dan Sumber Data.....	27
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.4	Populasi dan Sampel.....	28
3.5	Identifikasi Variabel.....	30
3.6	Definisi Operasional Variabel.....	31
3.7	Teknik Pengukuran	33
3.8	Uji Instrumen.....	33
3.8.1	Uji Validitas.....	33
3.8.2	Uji Reabilitas.....	34
3.8.3	Uji Normalitas.....	35
3.9	Metode Analisis.....	35
3.9.1	Analisis Diskriminan.....	35
3.10	Kerangka Pemecahan Masalah.....	38
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum <i>Handphone</i> BlackBerry	40
4.1.1	Sejarah Singkat <i>Handphone</i> BlackBerry.....	40
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan	43
4.2	Deskripsi Responden.....	42
4.3	Hasil Analisis Data.....	43
4.3.1	Pengujian Instrumen Penelitian.....	43
4.3.2	Analisis Deskriptif.....	46
4.3.3	Analisis Diskriminan.....	50
4.3.4	Uji Signifikan Koefisien Diskriminan	51

4.3.5 Z Cut Off (Perhitungan Angka Kritis).....	54
4.3.6 Uji Ketepatan Klasifikasi	55
4.4 Pembahasan	56
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	58
5.2 Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan atau Hasil Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang.....	7
Tabel 3.1 Jumlah Siswa SMU Negeri di Kabupaten Jember.....	28
Tabel 3.2 Distribusi Sampel Berdasarkan Jumlah Siswa Setiap Sekolah.....	30
Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4.2 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas.....	43
Tabel 4.3 Hasil Uji Reabilitas.....	44
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas dengan Skweness dan Kurtosis.....	43
Tabel 4.5 Skor Variabel Kesadaran Merek pada Konsumen Membeli dan Tidak Membeli.....	45
Tabel 4.6 Skor Variabel Persepsi Kualitas pada Konsumen Membeli dan Tidak Membeli.....	46
Tabel 4.7 Skor Variabel Asosiasi Merek pada Konsumen Membeli dan Tidak Membeli.....	47
Tabel 4.8 Skor Variabel Loyalitas Merek pada Konsumen Membeli dan Tidak Membeli.....	48
Tabel 4.9 <i>Standardized Canonical Discriminant Function Coefficient</i>	49
Tabel 4.10 <i>Classification Function Coefficients</i>	50
Tabel 4.11 Hasil Uji F dan Wilk's Lambda.....	49

Tabel 4.12 <i>Eigenvalues</i>	51
Tabel 4.13 <i>Wilk's Lambda</i>	51
Tabel 4.14 Struktur Matriks	52
Tabel 4.15 Tabel Perbandingan Antara Responden yang Termasuk Kelompok Konsumen membeli dan tidak membeli	53
Tabel 4.16 <i>Classification Result</i>	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	26
Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah.....	38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner

Lampiran 2 Data Mentah

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas

Lampiran 4 Hasil Uji Reabilitas

Lampiran 5 Hasil Uji Normalitas

Lampiran 6 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden

Lampiran 7 Hasil Analisis Diskriminan