



**PENGARUH MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
*SOFT DRINK***
(Studi Kasus Pada Mahasiswa FKIP Universitas Jember Angkatan Tahun 2010)

SKRIPSI

**Oleh:
ANITA MEGAWATI
070210391105**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER
2012**



**PENGARUH MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SOFT DRINK**

(Studi Kasus Pada Mahasiswa FKIP Universitas Jember Angkatan Tahun 2010)

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Pendidikan Ekonomi (S1) dan mencapai gelar Sarjana Pendidikan

Oleh:

**ANITA MEGAWATI
070210391105**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER**

2012

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Ayahanda Tahir dan Ibunda Jama yang kuhormati dan kucintai, terima kasih yang tak terhingga atas semua pengorbanan, cucuran keringat, kesabaran, dan doa yang tak henti-hentinya untuk keberhasilan studiku yang kuraih hingga saat ini;
2. Saudaraku Mila Kurniawati terimakasih atas nasehat dan perhatian yang diberikan untuk semua keberhasilanku selama ini.
3. Suamiku Ifan Yusuf Kurniawan, S.Pd, terimakasih telah memberikan motivasi kepada penulis dalam perjalanan hidup didunia ini.
4. Guru-guruku sejak TK sampai Perguruan Tinggi terhormat, yang telah memberikan ilmu dan membimbing dengan penuh kesabaran;
5. Almamater yang kubanggakan Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember sebagai tempat menuntut ilmu.

MOTTO

Allah memberi rezeki kepada hambaNya sesuai dengan kegiatan dan kemauan kerasnya serta ambisinya.
(HR. Aththushi^{*)})

Tiada suatu usaha yang besar akan berhasil tanpa dimulai dari usaha yang kecil.^{**)}



^{*)} Almath, M. F. 1991. *1100 Hadist Terpilih*. Jakarta: Gema Insani

^{**)} Joeniarto, 1967 dalam Mulyono, E. 1998. *Beberapa Permasalahan Implementasi Konvensi Keanekaragaman Hayati dalam Pengelolaan Taman Nasional Meru Betiri*. Tesis Magister, tidak dipublikasikan.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

nama : Anita Megawati

NIM : 070210391105

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis ilmiah yang berjudul: “Pengaruh Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Soft Drink* (Studi Kasus Pada Mahasiswa FKIP Universitas Jember Angkatan Tahun 2010)” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta 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 manapun serta bersedia mendapatkan sanksi akademik jika di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 05 Juni 2012

Anita Megawati
Nim.070210391105

SKRIPSI**PENGARUH MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SOFT DRINK**

(Studi Kasus Pada Mahasiswa FKIP Universitas Jember Angkatan Tahun 2010)

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Pendidikan Ekonomi (S1) dan mencapai gelar Sarjana Pendidikan

Oleh :

Anita Megawati

NIM 070210391105

Pembimbing

Dosen Pembimbing I : Drs. Joko Widodo, M.M

Dosen Pembimbing II : Titin Kartini, S.Pd. M.Pd

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Pengaruh Merek Terhadap Keputusan Pembelian Soft Drink (Studi Kasus Pada Mahasiswa FKIP Universitas Jember Angkatan Tahun 2010)” telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember

hari, tanggal : Selasa, 05 Juni 2012

tempat : Gedung I Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember

Tim Penguji :

Ketua,

Sekretaris,

Drs. Bambang Suyadi, M.Si
NIP. 19530605 198403 1 003

Titin Kartini, S.Pd. M.Pd
NIP. 19801205 200604 2 001

Anggota I,

Anggota II,

Prof. Dr. Bambang Hari P, M.A
NIP. 19620121 198702 1 003

Drs. Joko Widodo, M.M
NIP. 19600217 198603 1 003

Mengesahkan

Dekan,

Drs. Imam Muchtar, SH. M.Hum
NIP. 19540702 198003 1 005

RINGKASAN

Pengaruh Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Soft Drink* (Studi Kasus Pada Mahasiswa FKIP Universitas Jember Angkatan Tahun 2010), Anita Megawati, 070210391105, 2012, 56 hlm, Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember.

Setiap konsumen memiliki cara yang berbeda-beda dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan untuk membeli produk minuman ringan (*soft drink*) berdasarkan merek yang disukai. Merek merupakan salah satu alasan dari perilaku konsumen dalam melakukan transaksi pembelian suatu produk *soft drink* berdasarkan pada indikator-indikator yang ada dalam merek yaitu kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas dan loyalitas merek. Merek memudahkan dalam pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen, karena dengan adanya merek, konsumen dapat dengan mudah membedakan produk yang akan dibelinya dengan produk lain sehubungan dengan kualitas dan kepuasan.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh yang signifikan dari variabel merek terhadap keputusan pembelian *soft drink* oleh mahasiswa FKIP Universitas Jember angkatan tahun 2010. Hipotesis yang diajukan yaitu ada pengaruh yang signifikan dari variabel merek terhadap keputusan pembelian *soft drink* oleh mahasiswa FKIP Universitas Jember angkatan tahun 2010.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penentuan lokasi penelitian menggunakan metode *purposive*, sedangkan untuk menentukan jumlah responden peneliti menggunakan rumus Slovin sehingga didapat 91 responden, untuk menentukan besarnya responden pada masing-masing kelompok menggunakan proporsional random sampling. Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan metode observasi, metode dokumentasi, metode wawancara, dan metode angket. Penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas dan uji F.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel merek mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian *soft drink* oleh mahasiswa FKIP Universitas Jember angkatan tahun 2010 sebesar 80,2% dan sisanya sebesar 19,8% dijelaskan oleh variabel diluar penelitian ini. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel merek mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian *soft drink* oleh mahasiswa FKIP Universitas Jember angkatan tahun 2010.



PRAKATA

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah yang berjudul “Pengaruh Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Soft Drink* (Studi Kasus Pada Mahasiswa FKIP Universitas Jember Angkatan Tahun 2010)”. Karya tulis ilmiah ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tiada terhingga kepada:

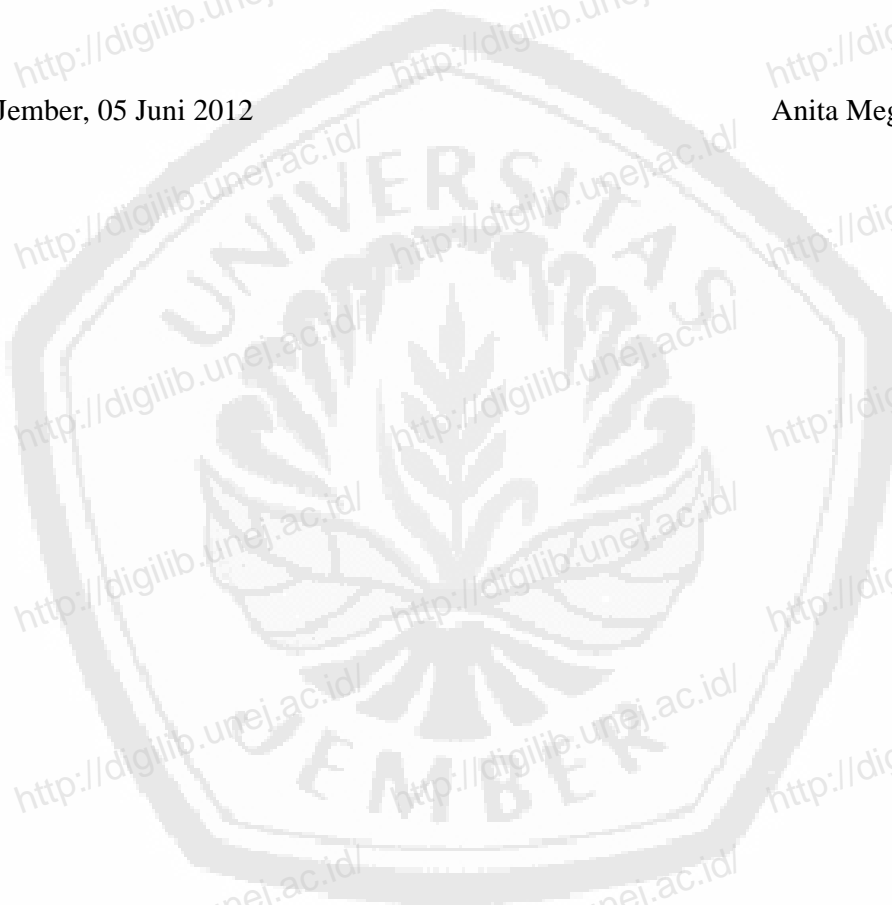
1. Drs. H. Imam Muchtar, SH. M.Hum, selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
2. Drs. Sumarjono, M.Si, selaku Ketua Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
3. Dra. Hj. Sri Wahyuni, M.Si, selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
4. Drs. Bambang Suyadi, M.si selaku Ketua penguji, Titin Kartini, S.Pd. M.Pd selaku Sekretaris penguji, Prof. Dr. Bambang Hari, P.MA selaku penguji Anggota I, Drs. Joko Widodo, M.M selaku penguji Anggota II yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan perhatian dalam penulisan skripsi ini;
5. Seluruh mahasiswa FKIP Universitas Jember angkatan tahun 2010 yang melakukan pembelian produk *soft drink* yang turut membantu dalam pengumpulan data skripsi ini;
6. Sahabat-sahabat terbaikku di kost Bangka 1/8 dan Pendidikan ekonomi bersama kalian kulewati suka dan duka dengan “ Semangat dan Sabar” dan terima kasih atas kebersamaan yang indah selama ini.

7. Pihak-pihak yang telah banyak membantu penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih untuk kalian semua.

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Amin.

Jember, 05 Juni 2012

Anita Megawati

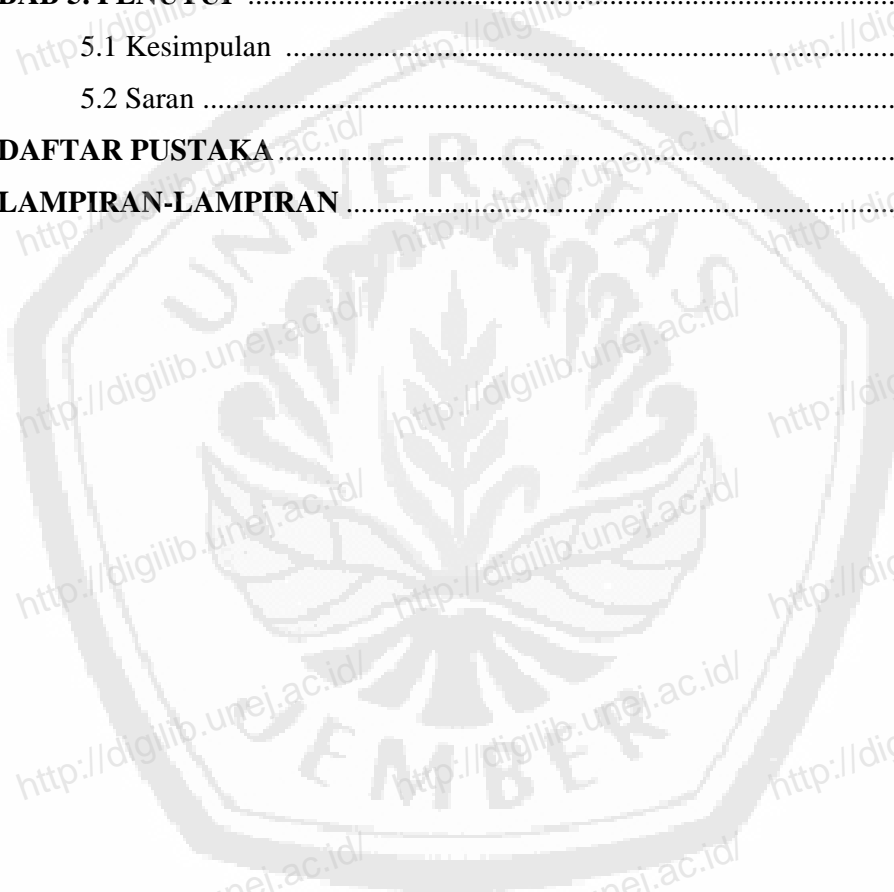


DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PEMBIMBINGAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
RINGKASAN	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori	8
2.2.1 Pengertian Pemasaran	8
2.2.2 Merek (<i>Brand</i>)	10
2.2.2.1 Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>).....	14
2.2.2.2 Asosiasi Merek (<i>Brand Association</i>).....	15
2.2.2.3 Persepsi Kualitas (<i>Perceived Quality</i>).....	19
2.2.2.4 Loyalitas Merek (<i>Brand Loyalty</i>)	21
2.2.3 Keputusan Pembelian	24
2.3 Keterkaitan Antara Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian	

<i>Soft Drink</i>	27
2.4 Kerangka Konseptual	29
2.5 Hipotesis	30
BAB 3. METODE PENELITIAN	31
3.1 Rancangan Penelitian	31
3.2 Metode Penentuan Tempat Penelitian	31
3.3 Metode Penentuan Populasi dan Sampel	31
3.3.1 Penentuan Populasi	31
3.3.1 Penentuan Sampel	33
3.4 Definisi Operasional Variabel	34
3.4.1 Variabel Merek (X)	34
3.4.2 Variabel Keputusan Pembelian (Y)	35
3.5 Metode Pengumpulan Data	36
3.5.1 Metode Observasi	36
3.5.2 Metode Dokumentasi	36
3.5.3 Metode Wawancara	36
3.5.4 Metode Angket	36
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	37
3.6.1 Uji Validitas	37
3.6.2 Uji Reliabilitas	37
3.7 Metode Pengolahan Data	38
3.8 Metode Analisis Data	39
3.8.1 Analisis Inferensial	39
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Data Pendukung	42
4.1.1 Gambaran Umum Daerah Penelitian	42
4.1.2 Gambaran Umum Responden	42
4.1.3 Gambaran Umum Produk <i>Soft Drink</i>	43
4.2 Data Utama	43
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	44
4.3.1 Uji Validitas Instrumen Penelitian	44

4.3.2 Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	46
4.4 Analisis Inferensial	47
4.4.1 Persamaan Regresi Linier Sederhana.....	47
4.4.2 Efektifitas Garis Regresi (Koefisien Determinasi).....	49
4.4.3 Uji F	49
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	50
BAB 5. PENUTUP	53
5.1 Kesimpulan	53
5.2 Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN-LAMPIRAN	57

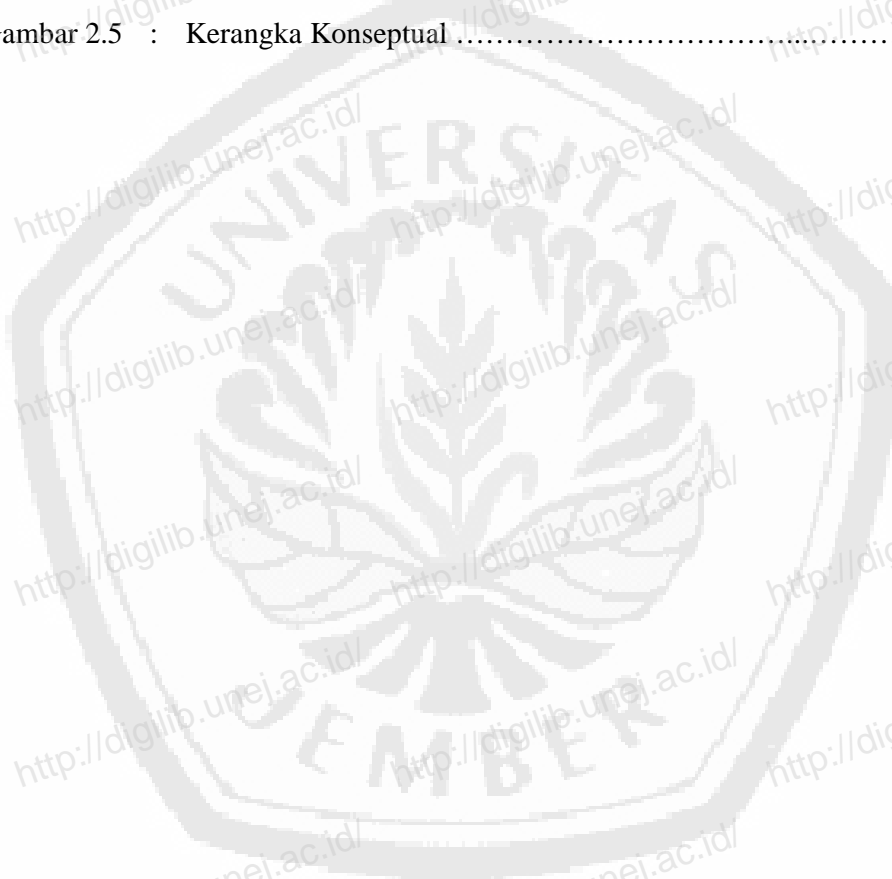


DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 : Jumlah Populasi dan Sampel	34
Tabel 4.1 : Jumlah Mahasiswa Angkatan Tahun 2010 Dari Tiap-Tiap Program Studi	42
Tabel 4.2 : Hasil Angket Merek <i>Soft Drink</i>	44
Tabel 4.3 : Jumlah Skor Angket Variabel Merek (X) dan Keputusan Pembelian (Y)	44
Tabel 4.4 : Hasil Uji Validitas Variabel Merek (X) dan Keputusan Pembelian (Y).....	45
Tabel 4.5 : Hasil Uji Reliabilitas	47
Tabel 4.6 : Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana	48
Tabel 4.7 : Hasil Analisis Koefisien Determinasi Sederhana	49
Tabel 4.8 : Rekapitulasi Hasil SPSS Untuk Uji F	50

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Piramida Kesadaran Merek.....	15
Gambar 2.2 : Nilai-nilai persepsi kualitas	21
Gambar 2.3 : Piramida Loyalitas Merek	23
Gambar 2.4 : Tahapan Proses Keputusan Pembelian	25
Gambar 2.5 : Kerangka Konseptual	30



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
A. Matrik Penelitian.....	58
B. Tuntunan Penelitian	60
C. Pedoman Wawancara.....	61
D. Hasil Wawancara.....	62
E. Angket Penelitian.....	64
F. Hasil Angket	69
G. Data Responden Mahasiswa Universitas Jember Angkatan Tahun 2010...	87
H. Analisis Data	90
I. Tabel Nilai-nilai Kritis koefisien (r).....	107
J. Tabel Nilai-nilai Kritis F	108
K. Denah Gedung 3 FKIP Universitas Jember	111
L. Dokumentasi	112
M. Daftar Riwayat Hidup	114
N. Surat Ijin Penelitian	115