

**PENGARUH KESADARAN MEREK DAN PERSEPSI KUALITAS
TERHADAP EKUITAS MEREK TOLAK ANGIN (Survei Pengguna
Jamu Tolak Angin di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta)**

**ASEP NURANI JAMIL
8215062712**



**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
KONSENTRASI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2013**

**THE INFLUENCE OF BRAND AWARENESS AND PERCEIVED
QUALITY TOWARDS BRAND EQUITY TOLAK ANGIN (Survey on
Jamu Tolak Angin Users in Faculty of Economy State University of
Jakarta)**

**ASEP NURANI JAMIL
8215062712**



Skripsi is written as Part Of Bachelor Degree in Economics Accomplishment

**STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT
DEPARTMENT OF MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMIC
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2013**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dari ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Januari 2014

Yang Memuat

Pernyataan

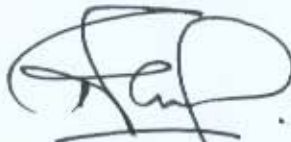
Materai Rp. 6.000,00.



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi



Drs. Dedi Purwana ES., M.Bus
NIP. 19671207 199203 1 001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
<u>Agung Wahyu handaru, S.T.,M.M</u> NIP. 19781127 200604 1 001	ketua		7-2-2014
<u>Dra. Umi Mardiyati, M.Si</u> NIP. 19570221 198503 2 002	Sekretaris		6-2-2014
<u>Usep Suhud, PhD</u> NIP. 19700212 200812 1 001	Penguji Ahli		7-2-2014
<u>Setyo Ferry wibowo, S.E, M.Si</u> NIP. 19720617 199903 1 001	Pembimbing I	
<u>Agung Kresnamurti RP, S.T., M.M</u> NIP. 19740416 200604 1 001	Pembimbing II		7-2-2014

Tanggal Lulus:2014

ABSTRAK

Asep Nurani Jamil, 2014; Pengaruh Kesadaran Merek dan Persepsi Kualitas Terhadap Ekuitas Merek Jamu Tolak Angin: Survei Pada pengguna Jamu Tolak Angin di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Pembimbing: Setyo Ferry Wibowo, SE., Msi., Agung Kresnamurti, ST, MM.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan secara jelas tentang kesadaran merek, persepsi kualitas, dan ekuitas merek Survei di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Tujuan kedua adalah untuk menguji pengaruh kesadaran merek terhadap ekuitas merek. Tujuan ketiga untuk menguji pengaruh persepsi kualitas terhadap ekuitas merek. Dan tujuan keempat adalah untuk menguji pengaruh kesadaran merek dan ekuitas merek secara bersama-sama terhadap ekuitas merek jamu Tolak Angin. Populasi dari penelitian ini adalah pengguna jamu Tolak Angin di fakultas ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Pengambilan sampel berjumlah 82 responden dengan menggunakan metode *nonprobability sampling*. Sedangkan bagian dari *nonprobability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling*. Penelitian ini dilakukan secara kuantitatif, desain deskriptif serta kausal, metode penelitian yang digunakan adalah dengan metode survei. Data diolah dengan menggunakan program aplikasi statistik SPSS 17. Hasil dari uji t menunjukkan kesadaran merek terhadap ekuitas merek berpengaruh secara signifikan, dan persepsi kualitas terhadap ekuitas merek juga berpengaruh secara signifikan. Hasil dari uji F menunjukkan pengaruh yang signifikan dari kesadaran merek dan persepsi kualitas terhadap ekuitas merek. Kemudian hasil dari koefisien determinasi pada penelitian ini menunjukkan besarnya variasi nilai ekuitas merek yang dijelaskan oleh variabel kesadaran merek dan persepsi kualitas sebesar 60,6%. Sedangkan sisanya yakni 39,4% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Kata Kunci: Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Ekuitas Merek.

ABSTRACT

Asep Nurani Jamil, 2014; The Influence of Brand Awareness and Perceived Quality Towards Brand Equity: Survey on Jamu Tolak Angin Users in Faculty of Economy State University Of Jakarta. Advisory Team: Setyo Ferry Wibowo, S.E., M.Si., Agung Kresnamurti, S.T., M.M.

*This study aims to describe clearly about brand awareness, Perceived quality and Brand equity on Faculty of Economy at State University of Jakarta. The second objective is to test the influence of brand awareness on brand equity. The third objective is to test the influence of perceived quality on brand equity. And the fourth objective is to test the simultaneously the influence between brand awareness and perceived quality to brand equity. Population of the research are jamu Tolak Angin users in Faculty of Economy, State University of Jakarta. Sampling totaled 82 respondents using nonprobability sampling method. While part of nonprobability sampling used was purposive sampling. The research was carried out quantitatively, descriptive and causal research design, and use survey methods. Analysis of the research was conducted using SPSS 17 for data processing. The results of the *t* test shows the brand awareness and brand equity significantly influence the, and perceived quality and customer loyalty are also significantly influence. The results of *F* test simultaneously indicates brand awareness and perceived quality influencing significantly to brand equity and the result of determination analysis in this study shows the variations in the value of brand equity that is described in the variable brand awareness and price by 60.6%. While the remaining 39,4% are influenced or explained by other variables that are not included in this research model.*

Keywords: Brand Awareness, Product Quality, Brand Equity

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang merupakan tugas akhir yang harus dibuat untuk memperoleh gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Pada kesempatan ini, peneliti ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, bimbingan dan sarannya kepada peneliti. Ungkapan terima kasih ini peneliti tujukan kepada :

1. Bapak Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si. dan Bapak Agung Kresnamurti, ST, MM selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar membimbing peneliti dalam penyusunan skripsi selama ini. Dorongan dan semangat yang diberikan sangat membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
2. Bapak Usep Suhud Ph.D dan Ibu Dra Umi Mardiyati, M.Si selaku dosen penguji skripsi yang telah memberikan saran dan kritik sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.
3. Bapak Drs. Dedi Purwana ES, M.bus., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Ibu Dr. Hamidah, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jakarta.
5. Bapak Agung Wahyu Handaru, ST, MM., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jakarta.

6. Para dosen dan seluruh karyawan /staf pegawai Universitas Negeri Jakarta yang namanya tidak mungkin disebutkan satu persatu atas bantuan yang diberikan selama peneliti mengikuti studi.
7. Secara khusus peneliti juga ingin berterima kasih kepada ayahanda Muhammad Ansori Hatta dan Ibunda Noneng Marliani selaku orang tua penulis, yang telah melimpahkan begitu banyak kasih sayang, doa, dan dukungan baik moril maupun materil dari awal proses penelitian sampai terselesaikannya skripsi ini.
8. Lalu seluruh teman-teman dari S1 Manajemen angkatan 2005, angkatan 2006 dan angkatan 2007 yang selalu menyemangati peneliti selama ini.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang peneliti miliki. Oleh karena itu, peneliti menerima kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan peneliti selanjutnya

Jakarta, Januari 2014

Penulis
Asep Nurani Jamil