

**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN AC PANASONIC**

(Studi Kasus pada Pelanggan AC Panasonic di Jakarta Timur)

SANTI WULANDARI
8223154377



**Karya Ilmiah ini Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Mendapatkan Gelar Ahli Madya Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2018**

***THE INFLUENCES OF BRAND EQUITY ON PURCHASE
DECISION AC OF PANASONIC (Study Society on costumer AC of
Panasonic in East Jakarta)***

**SANTI WULANDARI
8223154377**



***KThe Scientific Paper Prepared To Meet One Degree Requirement Associate
Expert Getting By Faculty of Economics, State University of Jakarta***

***MARKETING MANAGEMENT DIII
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2018***

ABSTRAK

Santi Wulandari, 2018, 8223154377, “Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk AC Panasonic (Studi Pada Pelanggan AC Panasonic di Jakarta Timur)”. Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian AC Panasonic. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang menggunakan AC Panasonic. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain metode analisis regresi linier sederhana, asumsi klasik, dan pengujian hipotesis. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel ekuitas merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien korelasi (r) sebesar sebesar 0,828 dan nilai koefisien determinasi (r^2) sebesar 0,686 (68,6%), sedangkan sisanya 0,314 (31,4%) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Dalam penelitian ini juga diketahui bahwa ekuitas merek memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu, nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $14,619 > 1,984$.

Kata kunci : Ekuitas Merek, Keputusan Pembelian dan Analisis Regresi Linier Sederhana.

ABSTRACT

Santi Wulandari, 2018, 8223154377, “The Influence Of Brand Equity On Purchase Decision AC Of Panasonic (Study society on customer AC Of Panasonic in East Jakarta)”. DIII Marketing Management. Faculty of Economics. State University of Jakarta.

This research aims to analyze the influence of brand equity to purchase decision AC of Panasonic. The data which are used in this research are primary data and secondary data. The primary data were collected by questionnaires that was spreading to AC of Panasonic’s customers. The sampling technique in this research used non-probability sampling with purposive sampling method. The technique to analyze data used linear regression analysis, assumption classic analysis and hypothesis testing. From the result of this research, known that brand equity has influenced to purchase decision. Which is showed by value of coefficient correlation (r) is 0,828 and coefficient determination (r^2) is 0,686 (68,6%) then it means that the rest is 0,314 (31,4%) explained by other factors. In this research, also known that brand equity have positive and significant influence to buying decision. It can be showed by the value of t_{hitung} which is higher than t_{tabel} , $14,619 > 1,984$.

Keyword: Brand Equity, Buying Decision, and Regression Analysis.




LEMBAR PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta



Dr. Dedi Purwana E. S., M. Bus

NIP. 19671207 199203 1 001

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua Penguji		
<u>Dra. Sholikhah, M.M</u> NIP. 19620623 199003 2 001		<u>08-08-2018</u>
Penguji Ahli		
<u>Setyo Ferry Wibowo, S.E, M.Si</u> NIP. 19720617 199903 1 001		<u>13-08-2018</u>
Dosen Pembimbing		
<u>M. Edo Suryawan Siregar, SE., M.BA</u> NIP. 19720125 200212 1 002		<u>08-08-2018</u>

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya ilmiah ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Ahli Madya, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Karya ilmiah ini belum 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 dan ketidak benaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 26 Juli 2018

Yang membuat pernyataan,



Santi Wulandari

No. Reg. 8223154377

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah S.W.T yang telah memberikan karunia dan kasih sayang- Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini.

Penyusunan karya ilmiah ini bertujuan untuk memenuhi sebagian syarat guna mencapai gelar Ahli Madya di Universitas Negeri Jakarta.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan karya ilmiah ini terutama kepada:

1. M. Edo Suryawan Siregar, M.BA. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan peneliti.
2. Dra. Sholikhah M.M Selaku Ketua Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Drs. Dedi Purwana E. S., M.Bus Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Kedua orang tua, dan kedua kakak, yang penulis cintai dan sayangi, yang senantiasa memberikan semangat dan doa yang tiada henti-hentinya kepada penulis.
5. Seluruh dosen Universitas Negeri Jakarta (UNJ) yang telah banyak membantu dan memberikan ilmu yang bermanfaat selama praktikan duduk dibangku perkuliahan.

6. Seluruh teman-teman Prodi Diploma III Manajemen Pemasaran Universitas Negeri Jakarta yang ikut dalam penyusunan laporan Karya Ilmiah.
7. Kedua kakak tersayang yang selalu mendukung, memberikan doa serta semangat.
8. Ratu, Hafifah, Firly dan seluruh teman-teman “Rajin Menabung” yang selalu bersama dan saling membantu dalam proses penulisan.
9. Gilang Priambodo yang telah membantu, memberikan motivasi, serta memberikan doa bagi penulis.

Penulis menyadari bahwa karya ilmiah ini masih sangat jauh dari kata sempurna dikarenakan keterbatasan penulis dalam hal pengalaman dan wawasan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya saran beserta masukan bahkan kritik yang dapat menambah pengetahuan dari pihak-pihak yang ada.

Jakarta, 20 Juli 2018

Penulis