

**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN TEH BOTOL SOSRO (Survei pada mahasiswa/i  
Universitas Negeri Jakarta)**

**IRSYAD NARATAMA FADILLAH  
8223163330**



**Karya Ilmiah ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan  
mendapat gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri  
Jakarta.**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2019**

***THE INFLUENCE OF BRAND EQUITY ON PURCHASE  
DECISION OF TEH BOTOL SOSRO (Survey on Students of  
State University of Jakarta)***

**IRSYAD NARATAMA FADILLAH  
8223163330**



***The Scientific Paper Prepared To Meet One Degree Requirements Associate  
Expert Getting By Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta.***

***MARKETING MANAGEMENT STUDY PROGRAM DIII  
FACULTY OF ECONOMICS  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2019***

## **ABSTRAK**

**Irsyad Naratama Fadillah, 2019 : Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Teh Botol Sosro. (Survei pada Mahasiswa/i Universitas Negeri Jakarta). Program Studi DIII Manajemen Pemasaran. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.**

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Mengetahui gambaran tentang ekuitas merek dan proses keputusan pembelian dari Teh Botol Sosro. 2) Untuk mengetahui pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian Teh Botol Sosro. Metode yang digunakan untuk pengumpulan data adalah metode angket (kuesioner). Sampel yang digunakan sebanyak 234 responden yang pernah membeli produk Teh Botol Sosro. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel Ekuitas Merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian. hal itu ditunjukkan dengan nilai koefisien determinasi sebesar 0,628 (62,8%).

Kata Kunci: Ekuitas Merek, Keputusan Pembelian

## ***ABSTRACT***

**Irsyad Naratama Fadillah, 2019 : *The Influence Of Brand Equity On Purchase Decision Of Teh Botol Sosro. (Survey on Students of State University of Jakarta). Marketing Management study program DIII. Departement of Management. Faculty of Economics Universitas Negeri Jakarta.***

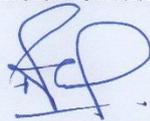
*This scientific paper purpose to : 1) Find out about buying decision and brand equity of Teh Botol Sosro. 2) Find out influence of brand equity on purchase decision of Teh Botol Sosro. The research method that be used to collecting data is using questionnaire. The sample that be used was 234 respondents which students of Universitas Negeri Jakarta who had bought Teh Botol Sosro. The analysis method that be used is descriptive statistics and linear regression analysis. From the results of this research it can be seen that the brand equity variable influence the purchasing decision. This is indicated by the r square value of 0,628 (62,8%).*

*Key Word : Brand Equity, Purchase Decision*

# LEMBAR PENGESAHAN

## LEMBAR PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta



Prof. Dr. Dedi Purwana E. S., M.Bus.  
NIP. 196712071992031001

Nama  
Ketua Sidang

Tanda Tangan

Tanggal

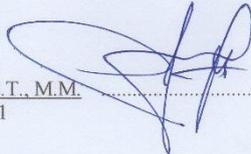
M. Edo S Siregar, S.E, M.B.A.  
NIP. 197201252002121002



20 Agustus 2019

Penguji Ahli

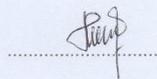
Agung Kresnamurti R P, S.T., M.M.  
NIP. 197404162006041001



20 Agustus 2019

Dosen Pembimbing

Dra. Sholikhah, M.M.  
NIP. 196206231990032001



21 Agustus 2019

# LEMBAR ORISINALITAS

## 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, 15 Agustus 2019

Yang membuat pernyataan,



Irsyad Naratama Fadillah  
NIM. 8223163330

## KATA PENGANTAR

Kami panjatkan puji syukur kami ke hadirat ALLAH SWT. Yang telah melimpahkan hidayah-Nya dan memberi kesempatan kepada peneliti dalam menyelesaikan Karya Ilmiah dengan judul **“Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro. (Survei pada Mahasiswa/i Universitas Negeri Jakarta)”** ini dengan baik.

Penyusunan karya ilmiah ini ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar Ahli Madya di Universitas Negeri Jakarta.

Di kesempatan ini, peneliti mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan kepada peneliti selama berlangsungnya penulisan Karya Ilmiah ini. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberi dukungan moral. Dan juga bimbingannya bagi peneliti.

Ucapan terima kasih ini kami tujukan kepada :

1. Dra. Sholikhah, M.M selaku dosen pembimbing dan Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran yang telah banyak membantu Peneliti dalam proses penulisan Karya Ilmiah ini.
2. Prof. Dr. Dedi Purwana E.S., M.Bus., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Dosen-dosen Program Studi DIII Manajemen Pemasaran yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama peneliti duduk di bangku perkuliahan.

4. Rekan–rekan mahasiswa khususnya DIII Manajemen Pemasaran yang sudah berkenan membantu dalam penyusunan Karya Ilmiah ini.

Penulisan Karya Ilmiah ini sudah dibuat dengan sebaik-baiknya, namun tentu masih banyak kekurangannya. Oleh karena itu jika ada kritik atau saran apapun yang sifatnya membangun dengan senang hati akan peneliti terima.

Jakarta, 15 Agustus 2019

Peneliti

