

**PENGARUH EKUITAS MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN KESADARAN
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi Pada Produk Teh Pucuk Harum Dalam Kemasan)



SKRIPSI

HESTI AYU NINGRUM

2002010242

PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO

2024

**PENGARUH EKUITAS MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN KESADARAN
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi Pada Produk Teh Pucuk Harum Dalam Kemasan)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

HESTI AYU NINGRUM

2002010242

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO**

2024

HALAMAN PERSETUJUAN
PENGARUH EKUITAS MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN KESADARAN
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Pada Produk Teh Pucuk Harum Dalam Kemasan)



SKRIPSI

Oleh :

HESTI AYU NINGRUM

2002010242

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Pembimbing,



Dr. ERNY RACHMAWATI, S.E., MM

NIK. 2160122

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hesti Ayu Ningrum

NIM :2002010242

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak kemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 25 Januari 2024

Yang membuat pernyataan



Hesti Ayu Ningrum

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Yang Diajukan Oleh:

Nama : Hesti Ayu Ningrum
NIM : 2002010242
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : Pengaruh Ekuitas Merek, Kualitas Produk, dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Teh Pucuk Harum Dalam Kemasan)

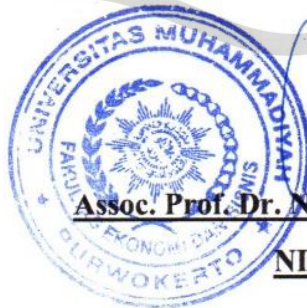
Telah diterima dengan baik di hadapan Dewan Penguji dan memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada program studi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Ketua : Dr. Erny Rachmawati, S.E., MM
Anggota 1 : M. Agung Miftahuddin, SE., M.Si
Anggota 2 : Maulida Nurul Innayah, S.E., M.Sc

Ditetapkan di : Purwokerto
Tanggal : 25 Januari 2023

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, SE, M.Si

NIK. 2160187

HALAMAN MOTTO

“Hidup ini akan terus berlanjut baik itu engkau tertawa ataupun menangis, karena itu jangan jadikan hidupmu penuh kesedihan yang tidak bermanfaat sama sekali. Berlapang dadalah, dan serahkan urusan manusia kepada tuhan, karena engkau, mereka dan kita semua, semuanya akan berpulang kepada-Nya”

Prof. Quraish shihab



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala Rahmat-Nya yang telah melimpahkan kesempatan, kemudahan, dan petunjuk-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Ekuitas Merek, Kualitas Produk, dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Teh Pucuk Harum Dalam Kemasan)”. Skripsi ini merupakan bagian dari persyaratan dalam meraih gelar sarjana Ekonomi Dari Program Studi Manajemen di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya sadar bahwa pencapaian ini tidak terwujud tanpa bantuan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan tulus saya ingin menyampaikan penghargaan yang mendalam kepada:

- 1) Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, SE, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- 2) Dr. Erny Rachmawati S.E., M.M selaku dosen pembimbing saya yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing saya selama proses penyusunan skripsi ini.
- 3) M. Agung Miftahudin, SE., M.Si selaku dosen penguji saya yang telah memberikan berbagai masukan, saran dan kritik nya untuk menguji kelayakan saya sebagai sarjana Ekonomi.
- 4) Maulida Nurul Innayah S.E., M.Sc selaku dosen penguji saya yang telah memberikan berbagai masukan, saran dan kritik nya untuk menguji kelayakan saya sebagai sarjana Ekonomi.

- 5) Ibu dan Bapak yang paling berperan, mendoakan dan memberikan dukungan baik materil maupun moril.
- 6) Terima kasih kepada pemilik NIM B1A021063 atas segala dukungan dan bantuannya selama proses penyusunan skripsi ini.
- 7) Kepada UPT Ump terima kasih telah memberikan tempat yang nyaman untuk menyelesaikan skripsi ini.
- 8) Terima kasih untuk aplikasi X yang telah menjadi tempat berkeluh kesah selama ini.
- 9) Terima kasih juga kepada akun undipmenfess yang telah memberikan cuitan lucu untuk menghibur hari-hari saya selama menyelesaikan skripsi ini.
- 10) Dan tak lupa juga saya mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri yang telah berjuang sejauh ini, serta terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Akhir kata saya harap semoga Allah SWT selalu melimpahkan keberkahan bagi kita semua. Saya sangat terbuka dalam hal saran dan kritik yang membangun bagi penulisan skripsi ini.

Purwokerto, 25 Januari 2024



Hesti Ayu Ningrum

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Hesti Ayu Ningrum
Nim : 202010242
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty-free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto karya ilmiah saya yang berjudul :

**PENGARUH EKUITAS MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN KESADARAN
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Produk Teh Pucuk Harum Dalam Kemasan)**

Berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya,

Dibuat di : Purwokerto
Pada Tanggal : 25 Januari 2024
Yang Menyatakan,



Hesti Ayu Ningrum

PENGARUH EKUITAS MEREK, KUALITAS PRODUK DAN KESADARAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Pada Produk Teh Pucuk Harum Dalam Kemasan)

Hesti Ayu Ningrum¹, Dr. Erny Rachmawati S.E.,M.M²
Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis ^{(1) (2)}
Universitas Muhammadiyah Purwokerto ^{(1) (2)}
Hestiayuningrum86@gmail.com¹ ernyrachmawati67@gmail.com²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ekuitas merek, kualitas produk dan kesadaran merek terhadap keputusan pembelian produk teh pucuk harum dalam kemasan di purwokerto. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 123 responden yang diambil dengan menggunakan teknik pengambilan data melalui kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel ekuitas merek dan kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk teh pucuk harum dalam kemasan. Sedangkan variabel kesadaran merek tidak berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian teh pucuk harum dalam kemasan.

Kata kunci: ekuitas merek, kualitas produk, kesadaran merek, keputusan pembelian

**THE EFFECT OF BRAND EQUITY, PRODUCT QUALITY AND BRAND
AWARENESS ON PURCHASING DECISIONS
(Study On Packaget Fragrant Shoot Tea Products)**

Hesti Ayu Ningrum¹, Dr. Erny Rachmawati S.E.,M.M²
(1) (2) *Management Study Program S1 Faculty of Economics and Business*
(1) (2) *Muhammadiyah University of Purwokerto*
Hestiayuningrum86@gmail.com¹ ernyrachmawati67@gmail.com²

ABSTRACT

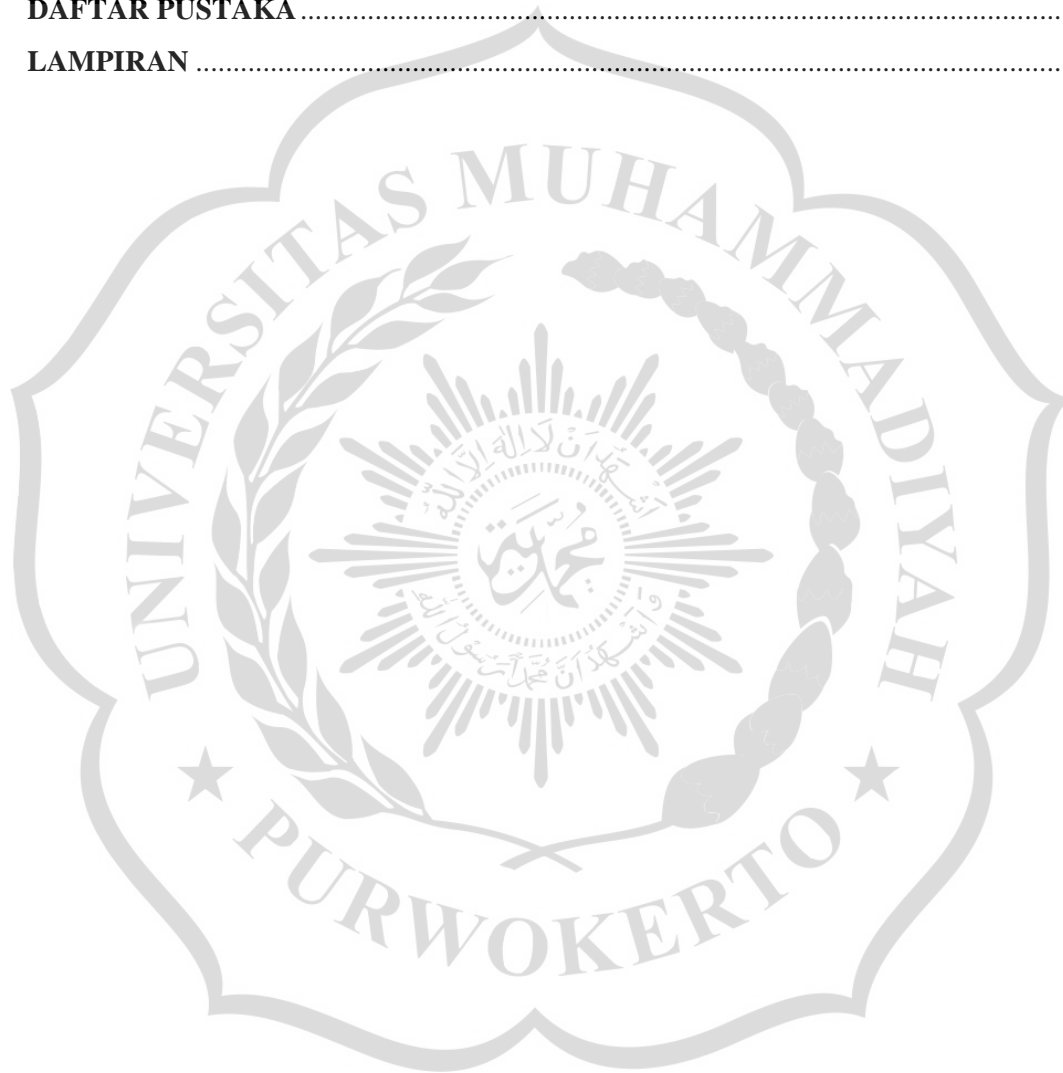
This research aims to analyze the influence of brand equity, product quality and brand awareness on purchasing decisions for packaged fragrant shoot tea products in Purwokerto. The sampling technique used a purposive sampling method with a total of 123 respondents taken using data collection techniques through questionnaires. The results of the research show that the variables of brand equity and product quality have a significant positive effect on the decision to purchase packaged fragrant shoot tea products. Meanwhile, the brand awareness variable does not have a significant positive effect on the decision to purchase packaged fragrant shoot tea.

Keywords: brand equity, product quality, brand awareness, purchase decisions.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	10
C. Batasan Masalah.....	10
D. Tujuan Penelitian	11
E. Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
A. Landasan Teori.....	13
B. Hasil Penelitian Terdahulu	25
C. Kerangka Pemikiran.....	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
A. Jenis Penelitian.....	34
B. Populasi dan Sampel	34
C. Teknik Pengumpulan Data	36
D. Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional	36
E. Indikator dan Item Pernyataan.....	38
F. Metode Analisis Data	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
A. Hasil Penelitian	48
B. Hasil Pengujian Instrumen	52

C. Pembahasan.....	74
BAB V PENUTUP	80
A. Kesimpulan	80
B. Keterbatasan dan Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	89



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Produksi Teh (2018-2022)	1
Tabel 1. 2 Top Brand Index Teh Dalam kemasan	3
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3. 1 Definisi Operasional	36
Tabel 3. 2 Indikator dan Item Pernyataan	38
Tabel 4. 1 Response Rate	49
Tabel 4. 2 Data Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 4. 3 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4. 4 Data Responden Berdasarkan Pada Domisili	51
Tabel 4. 5 Data Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	51
Tabel 4. 6 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Ekuitas Merek	53
Tabel 4. 7 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Kualitas Produk	54
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Kesadaran Merek	55
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian	56
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Variabel Ekuitas Merek	59
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	60
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Variabel Kesadaran Merek	60
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	61
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas	61
Tabel 4. 15 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov	62
Tabel 4. 16 Data Hasil Analisis Casewise	63
Tabel 4. 17 Data Hasil Uji Lanjutan Normalitas	63
Tabel 4. 18 Hasil Uji Multikolinearitas	64
Tabel 4. 19 Hasil Uji Heteroskedastisitas	65
Tabel 4. 20 Hasil Uji Rank Spearman's	66
Tabel 4. 21 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	66
Tabel 4. 22 Hasil Uji Determinasi	68
Tabel 4. 23 Hasil Uji Goodness Of Fit	69
Tabel 4. 24 Hasil Uji Parsial (t)	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka pemikiran	33
Gambar 4. 1 Kurva Uji F.....	70
Gambar 4. 2 Kurva Uji t.....	72
Gambar 4. 3 Kurva Uji t.....	73
Gambar 4. 4 Kurva Uji t.....	73



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 kuesioner penelitian	89
Lampiran 2 Data Responden	94
Lampiran 3 Data Penelitian Jawaban Responden	98
Lampiran 4 Karakteristik Responden	113
Lampiran 5 Uji Validitas Data	114
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik	119
Lampiran 7 Analisis Regresi Linear Berganda Dan Hipotesis	122
Lampiran 8 Analisis Statistik Deskriptif	124

