

**ANALISIS PERBANDINGAN *BRAND EQUITY*
PADA PRODUK HANDPHONE
MEREK *SAMSUNG ANDROID* DENGAN *BLACKBERRY*
(Survey pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Purwokerto)**



SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Mencapai Derajat S1**

Disusun oleh :

SULISTYO PRATOMO

0802010036

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

2015

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS PERBANDINGAN *BRAND EQUITY*
PADA PRODUK HANDPHONE
MEREK *SAMSUNG ANDROID* DENGAN *BLACKBERRY*
(Survey pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Purwokerto)**

SULISTYO PRATOMO

0802010036

Diperiksa dan disetujui oleh:

Pembimbing



Dra. Tri Septin Muji Rahayu, M.Si
NIK 2160128

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS PERBANDINGAN *BRAND EQUITY*
PADA PRODUK HANDPHONE
MEREK *SAMSUNG ANDROID* DENGAN *BLACKBERRY*
(Survey pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Purwokerto)**


SULISTYO PRATOMO

0802010036


Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Skripsi
Pada hari :

SUSUNAN PANITIA UJIAN


Ketua
Dekan Fakultas Ekonomi


Iwan Fakhruddin, SE, M.Si
NIK. 2160186


Sekretaris
Kaprodin Manajemen


Hermin Endratno, SE, M.Si
NIK. 2160289

Penguji I


M. Agung Miftahudin, SE, M.Si
NIK. 2160159

Penguji II


Drs. Suyoto, M.Si
NIK. 2160189

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Purwokerto



Iwan Fakhruddin, SE, M.Si
NIK. 2160186

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : **SULISTYO PRATOMO**

Nim : 0802010036

Program Studi : Manajemen

Fakultas/Universitas : Ekonomi/Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan bukan hasil penjiplakan orang lain, tidak berisi materi yang ditulis oleh orang lain sebagai persyaratan di perguruan tinggi ini atau perguruan tinggi lain.

Demikian pernyataan ini, dan apabila kelak di kemudian hari terbukti unsur-unsur yang tidak diinginkan, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 18 Agustus 2015

Yang menyatakan,

SULISTYO PRATOMO

MOTTO

”Berprasangkalah yang baik maka kita akan ikhlas”



PERSEMBAHAN



Kupersembahkan karya kecilku ini untuk:

- Kedua Orang Tuaku, yang telah memberikan segalanya
- Kedua adikku tersayang

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia yang telah dilimpahkan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**ANALISIS PERBANDINGAN BRAND EQUITY PADA PRODUK HANDPHONE MEREK SAMSUNG ANDROID DENGAN BLACKBERRY (Survey pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purwokerto)**”. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang setulusnya kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung penelitian ini:

1. DR. Syamsuhadi Irsyad, SH., MH., selaku rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto
2. Iwan Fakhrudin, SE, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
3. Hermin Endratno, SE. M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
4. Dra. Tri Septin Muji Rahayu, M.Si, selaku Pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingannya dalam penyusunan skripsi.
5. Segenap Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
6. Kedua orang tua yang telah memberikan dukungan materil dan motivasi kepada penulis dengan setulus hati.

7. Semua pihak yang telah membantu baik secara spiritual dan material guna terselesaikannya penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Semua tidak lepas dari sifat manusia yang tidak sempurna, sesungguhnya kesempurnaan hanya milik Allah SWT.

Sekian penulis berharap penelitian ini akan menjadi acuan dalam penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Purwokerto, Agustus 2015

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	6
C. Batasan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Pemasaran.....	8
B. Merek.....	8
C. <i>Brand Equity</i>	10
D. <i>Brand Awareness</i>	12

E. <i>Brand Association</i>	14
F. <i>Perceived Quality</i>	15
G. <i>Brand Loyalti</i>	16
H. Kerangka Pemikiran	18
I. Hipotesis	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Metode Penelitian	21
B. Metode Analisis	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Responden	31
B. Uji Instrumen Penelitian	33
C. Analisis Data	34
D. Pembahasan	43
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	49
B. Saran	50
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel:	Halaman
4.1. Respon responden terhadap kuesioner (<i>respon rate</i>).....	31
4.2. Karakteristik responden	32
4.3. Hasil Perhitungan Uji Validitas.....	33
4.4. Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas.....	34
4.5. Hasil Uji Normalitas	35
4.6. Perbedaan rata-rata <i>brand awareness handphone</i> merek <i>Samsung Android</i> dan merek <i>Blackberry</i>	35
4.7. Hasil Uji <i>independent</i> sampel <i>t-test</i> variabel <i>brand awareness</i>	36
4.8. Perbedaan rata-rata <i>brand association handphone</i> merek <i>Samsung Android</i> dan merek <i>Blackberry</i>	37
4.9. Hasil Uji <i>independent</i> sampel <i>t-test</i> variabel <i>brand association</i>	38
4.10. Perbedaan rata-rata <i>brand perceived quality handphone</i> merek <i>Samsung Android</i> dan merek <i>Blackberry</i>	39
4.11. Hasil Uji <i>independent</i> sampel <i>t-test</i> variabel <i>brand perceived quality</i>	40
4.12. Perbedaan rata-rata <i>brand loyalty handphone</i> merek <i>Samsung Android</i> dan merek <i>Blackberry</i>	41
4.13. Hasil Uji <i>independent</i> sampel <i>t-test</i> variabel <i>brand loyalty</i>	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar:	Halaman
2.1 Kerangka Konsep.....	19
3.1. Kurva Normal Uji t.....	30
4.1. Kurva Uji t Variabel <i>Brand awareness</i>	37
4.2. Kurva Uji t Variabel <i>Brand association</i>	39
4.3. Kurva Uji t Variabel <i>Brand perceived quality</i>	41
4.4. Kurva Uji t Variabel <i>Brand loyalty</i>	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran:

1. Kuesioner	53
2. Data Uji Validitas dan Reliabilitas.....	58
3. Uji Validitas dan Reliabilitas	59
4. Data Hasil Penelitian.....	63
5. Uji Normalitas Data	65
6. Hasil Uji t.....	66
7. t tabel.....	70

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui perbedaan elemen-elemen *brand equity*; *brand awareness*, *brand association*, *brand perceived quality*, dan *brand loyalty* antara produk *handphone* merek *Samsung Android* dengan produk *handphone* merek *Blackberry*. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian survey dengan populasi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang menggunakan produk *handphone* merek *Samsung Android* atau *handphone* merek *Blackberry*. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* berjumlah 50 responden sampel pengguna *handphone* merek *Samsung Android* dan 50 responden sampel pengguna *handphone* merek *Blackberry*. Analisis data menggunakan uji *independent sampel t-test*.

Hasil penelitian menunjukkan tidak ada perbedaan *Brand awareness* produk *handphone* merek *Samsung Android* dengan *Blackberry*. Terdapat perbedaan *brand association* produk *handphone* merek *Samsung Android* dengan *Blackberry*. Terdapat perbedaan *brand perceived quality* produk *handphone* merek *Samsung Android* dengan *Blackberry*. Terdapat perbedaan *brand loyalty* produk *handphone* merek *Samsung Android* dengan *Blackberry*. Kesimpulan penelitian ini adalah terdapat perbedaan *brand equity* produk *handphone* merek *Samsung Android* dengan *Blackberry*.

Kata Kunci : *Brand equity*; *brand awareness*, *brand association*, *brand perceived quality*, dan *brand loyalty*

ABSTRACT

The aim of the research is to find out the element differences of brand equity, brand awareness, brand association, brand perceived quality, and brand loyalty between Samsung Android and Blackberry. The method used in this research was survey analysis using the population of the students of Economic Faculty of University of Muhammadiyah Purwokerto who used Samsung Android or Blackberry as their phone. The sampling method used in this research was purposive sampling method with 50 responden of Samsung Android user and 50 respondent of Blackberry users. The data analysis used was by independent test of sample test.

The result of this research showed that there was not difference between the two products in term of the brand awareness. There was a difference between Samsung Android and Blackberry in term of brand association. There was a difference between Samsung Android and blackberry in term of brand perceived quality. There was a difference between Samsung Android and Blackberry in term of brand loyalty. The conclusion of the research was that there was a difference between Samsung Android and Blackberry in term of brand equity.

Key Words : brand equity, brand awareness, brand association, brand perceived quality, and brand loyalty