

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *BRAND ASSOCIATIONS*,  
*PERCEIVED QUALITY*, DAN *BRAND LOYALTY* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN *HANDPHONE* SONY ERICSSON  
(Studi Pada Mahasiswa FKIP UNS)**



**SKRIPSI**

**Oleh:**

**MISWANTORO**

**K7407107**

**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET  
SURAKARTA**

**2011**

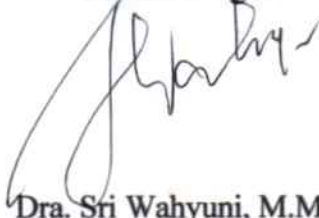
## PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan di hadapan Tim Penguji Skripsi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Surakarta, 12 Oktober 2011

Persetujuan Pembimbing

Pembimbing I



Dra. Sri Wahyuni, M.M.  
NIP. 19540817 198203 2 001

Pembimbing II



Salman Alfarisy T., S.Pd., M.Si.  
NIP. 19830608 200604 1 002

## PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Tim Penguji Skripsi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta dan diterima untuk memenuhi persyaratan mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan.

Pada hari : Rabu

Tanggal : 19 Oktober 2011

Tim Penguji Skripsi:

Nama Terang

Tanda Tangan

Ketua : Leny Noviani, S.Pd., M.Si.  
Sekretaris : Feri Setyowibowo, SE., M.M.  
Anggota I : Dra. Sri Wahyuni, M.M.  
Anggota II : Salman Alfarisy T., S.Pd., M.Si.

1.   
2.   
3.   
4. 

Disahkan oleh

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Universitas Sebelas Maret

Dekan,



Prof. Dr. H. M. Furqon Hidayatullah, M.Pd.

NIP, 1960 07 27 1987 02 1 001

## ABSTRAK

Miswantoro. K7407107. **PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *BRAND ASSOCIATIONS*, *PERCEIVED QUALITY*, DAN *BRAND LOYALTY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *HANDPHONE* SONY ERICSSON (Studi Pada Mahasiswa FKIP UNS)**. Skripsi. Surakarta: Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Universitas Sebelas Maret, Oktober 2011.

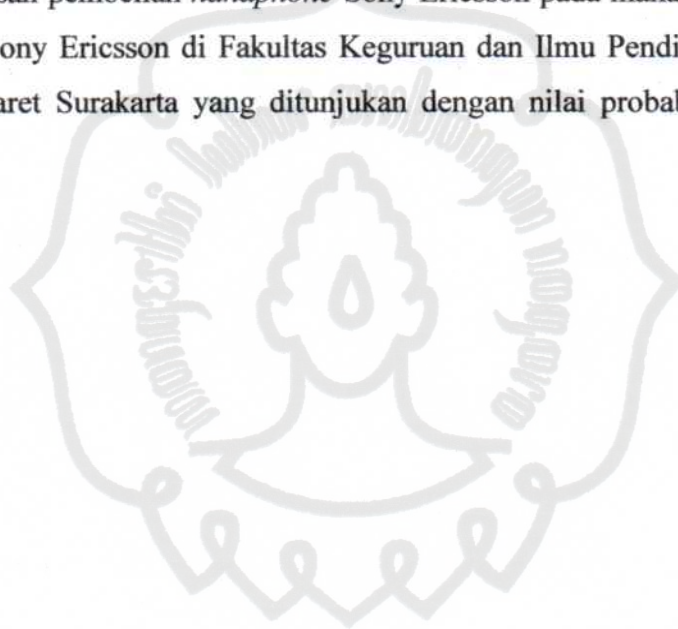
Tujuan penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui pengaruh variabel *brand awareness*, *brand associations*, *perceived quality*, dan *brand loyalty* secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian *handphone* merek Sony Ericsson, (2) untuk mengetahui pengaruh variabel *brand awareness*, *brand associations*, *perceived quality*, dan *brand loyalty* secara parsial terhadap keputusan pembelian *handphone* merek Sony Ericsson.

Pada penelitian ini digunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa pengguna *handphone* Sony Ericsson di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta. Sampel diambil dengan teknik *non probability sampling* dengan cara *accidental sampling*. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 80 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik kuesioner dengan skala *Likert*. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis regresi berganda.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa: (1) Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *brand awareness*, *brand associations*, *perceived quality*, dan *brand loyalty* secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian *handphone* Sony Ericsson di mahasiswa pengguna *handphone* Sony Ericsson di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta. Hal ini ditunjukkan dengan nilai probabilitas  $0,000 < 0,05$ . (2) Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *brand awareness* terhadap keputusan pembelian *handphone* Sony Ericsson di mahasiswa pengguna *handphone* Sony Ericsson di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta yang ditunjukkan dengan nilai probabilitas  $0,000 < 0,05$ , variabel *brand*



*associations* terhadap keputusan pembelian *handphone* Sony Ericsson di mahasiswa pengguna *handphone* Sony Ericsson di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta yang ditunjukkan dengan nilai probabilitas  $0,001 < 0,05$ , variabel *perceived quality* terhadap keputusan pembelian *handphone* Sony Ericsson di mahasiswa pengguna *handphone* Sony Ericsson di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta yang ditunjukkan dengan nilai probabilitas  $0,029 < 0,05$ , dan *brand loyalty* terhadap keputusan pembelian *handphone* Sony Ericsson pada mahasiswa pengguna *handphone* Sony Ericsson di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta yang ditunjukkan dengan nilai probabilitas  $0,007 < 0,05$ .



## ABSTRACT

Miswantoro. K7407107. **INFLUENCE OF BRAND AWARENESS, BRAND ASSOCIATIONS, PERCEIVED QUALITY, AND BRAND LOYALTY TO DECISION PURCHASING OF BRAND HANDPHONE SONY ERICCCSON (A Study at Students of FKIP UNS)**. Thesis. Surakarta: Teacher Training and Education. Sebelas Maret University, October 2011.

The purpose of this research is (1) to know influence of variable of brand awareness, brand associations, perceived quality, and brand loyalty by together to decision of purchasing of brand handphone Sony Ericsson, (2) to know influence of variable of brand awareness, brand associations, perceived quality, and brand loyalty by partial to decision of purchasing of brand handphone Sony Ericsson.

The methods used in this study was descriptive quantitative research methods. Population at this research is all student consumer of handphone Sony Ericsson in Teacher Training and Education Faculty of Sebelas Maret University of Surakarta. Sampel taken with technique of is non sampling probability accidental. Amount of sampel of this research is 80 responder. Technique data collected the used was questionnaire technique with scale of likert. Technique analyse data the used is technique multiple linear regression analysis.

Based on this research can be cocluded that: (1) there are influence which is significance between variable of brand awareness, brand associations, perceived quality, and brand loyalty by together to decision of puchasing of handphone Sony Ericsson in student consumer of handphone Sony Ericsson in Teacher Training and Education Faculty of Sebelas Maret University of Surakarta. This is reflected in the result with probability value  $0,000 < 0,05$ . (2) There are influence which is significance between variable of brand awareness to decision of purchasing of handphone Sony Ericsson in student consumer of handphone Sony Ericsson in Teacher Training and Education Faculty of Sebelas Maret University of Surakarta which was show with probability value  $0,000 < 0,05$ , variable brand associations to decision of purchasing of handphone Sony Ericsson student consumer of handphone Sony Ericsson in Teacher Training and Education Faculty

of Sebelas Maret University of Surakarta which was show with probability value  $0,01 < 0,05$ , variable perceived quality to decision to purchasing of handphone Sony Ericsson student consumer of handphone Sony Ericsson in Teacher Training and Education Faculty of Sebelas Maret University of Surakarta which was show with probability value  $0,029 < 0,05$ , and brand loyalty to decision of purchasing of handphone Sony Ericsson student consumer of handphone Sony Ericsson in Teacher Training and Education Faculty of Sebelas Maret University of Surakarta which was show with probability value  $0,007 < 0,05$ .



## MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

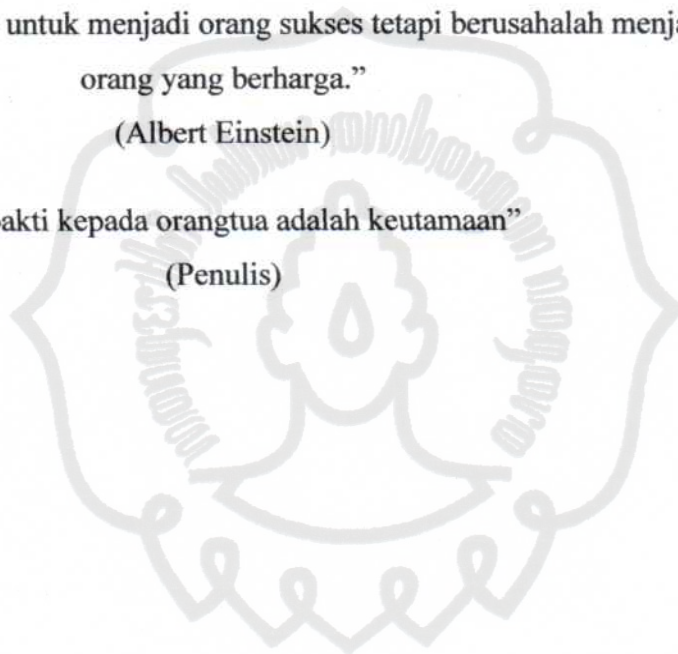
(Q.S. Al-Baqarah: 286)

“Berusahalah bukan untuk menjadi orang sukses tetapi berusahalah menjadi orang yang berharga.”

(Albert Einstein)

“Berbakti kepada orangtua adalah keutamaan”

(Penulis)





## **PERSEMBAHAN**

Kupersembahkan skripsi ini untuk:

Ibu dan Ayah tercinta untuk do'a dan kasih sayang yang tak terhenti

Keluargaku (Mas Sucip, Mas Sutris, Mas Sugeng, Mbak Wati,)

Neyla, Djoko, Qodri, Miko, Ginanjar

Teman-teman LPM MOTIVASI FKIP UNS

Teman-teman PTN'07

Almamater

## KATA PENGANTAR

Segala puji hanya bagi Allah *Azza wa Jalla* atas segala bentuk nikmat yang Dia berikan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Bidang Keahlian Khusus Pendidikan Tata Niaga Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung hingga selesainya skripsi ini. Ucapan terima kasih tersebut penulis haturkan kepada:

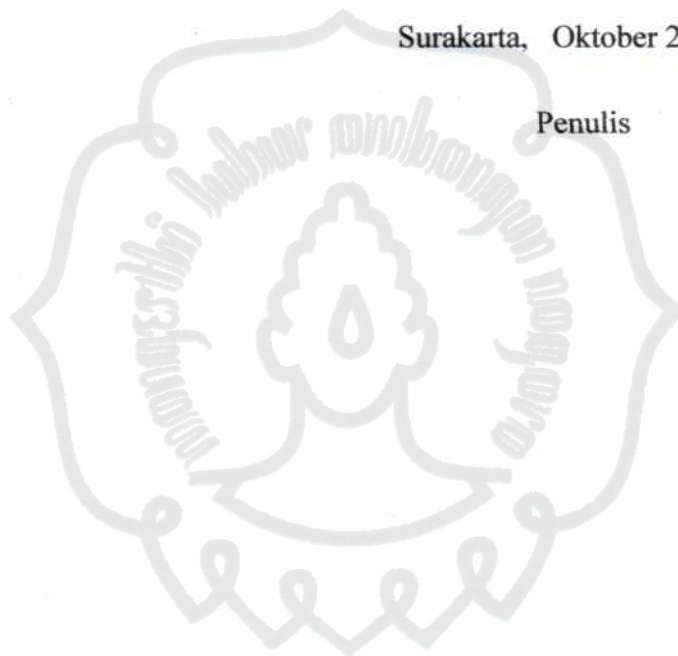
1. Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta yang telah memberikan ijin penyusunan skripsi ini.
2. Ketua Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta yang telah menyetujui penyusunan skripsi ini.
3. Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta yang telah memberikan ijin dalam penyusunan skripsi ini.
4. Ketua BKK Pendidikan Tata Niaga Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta yang telah memberikan pengarahan dan ijin dalam penyusunan skripsi ini.
5. Dra. Sri Wahyuni, M.M. selaku pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, pengarahan dan motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Salman Alfarisy Totalia, S.Pd., M.Si. selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, pengarahan dan motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Segenap Dosen Pendidikan Tata Niaga yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan sehingga dapat menunjang terselesaikannya skripsi ini.

8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Segala kritik dan saran sangat penulis harapkan dari pembaca guna dapat memperbaiki penulisan yang akan datang. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan dunia pendidikan.

Surakarta, Oktober 2011

Penulis



## DAFTAR ISI

<b>JUDUL</b> .....	i
<b>PENGAJUAN SKRIPSI</b> .....	ii
<b>PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>MOTTO</b> .....	ix
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	x
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xiii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvii
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Pembatasan Masalah .....	4
C. Perumusan Masalah .....	4
D. Tujuan Penelitian .....	5
E. Manfaat Penelitian .....	5
1. Manfaat Teoritis .....	5
2. Manfaat Praktis .....	5
<b>BAB II. LANDASAN TEORI</b> .....	7
A. Tinjauan Pustaka .....	7
1. Tinjauan Tentang Pemasaran .....	7
2. Tinjauan Tentang <i>Brand Equity</i> .....	11
3. Tinjauan Tentang Keputusan Pembelian .....	19
B. Hasil Penelitian yang Relevan .....	24
C. Kerangka Pemikiran .....	24
D. Hipotesis .....	25
<b>BAB III. METODE PENELITIAN</b> .....	26
A. Tempat dan Waktu Penelitian .....	26



1. Lokasi Penelitian .....	26
2. Waktu Penelitian .....	26
B. Metode Penelitian .....	26
C. Populasi dan Sampel .....	27
1. Penetapan Populasi.....	27
2. Penetapan Sampel .....	28
3. Teknik Pengambilan Sampel .....	29
D. Teknik Pengumpulan Data .....	29
1. Jenis dan Sumber Data .....	30
2. Identifikasi Variabel Penelitian .....	31
3. Metode Angket atau Kuesioner.....	31
E. Rancangan Penelitian .....	36
F. Teknik Analisis Data .....	38
1. Uji Persyaratan Analisis .....	38
2. Uji Hipotesis .....	40
<b>BAB IV. HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
A. Deskripsi Data .....	42
B. Pengujian Persyaratan Analisis .....	43
1. Uji Normalitas .....	44
2. Uji Multikolinearitas .....	45
3. Uji Heteroskedastisitas .....	45
4. Uji Autokorelasi .....	46
5. Uji Linieritas .....	47
C. Pengujian Hipotesis .....	52
1. Analisis Regresi Ganda .....	52
2. Uji F.....	54
3. Uji t .....	55
4. Koefisien Determinasi .....	56
5. Kesimpulan Pengujian Hipotesis .....	56
D. Pembahasan Hasil Analisis Data .....	57

<b>BAB V. SIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN .....</b>	<b>61</b>
A. Simpulan .....	61
B. Implikasi .....	61
C. Saran .....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>65</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>67</b>



**DAFTAR TABEL**

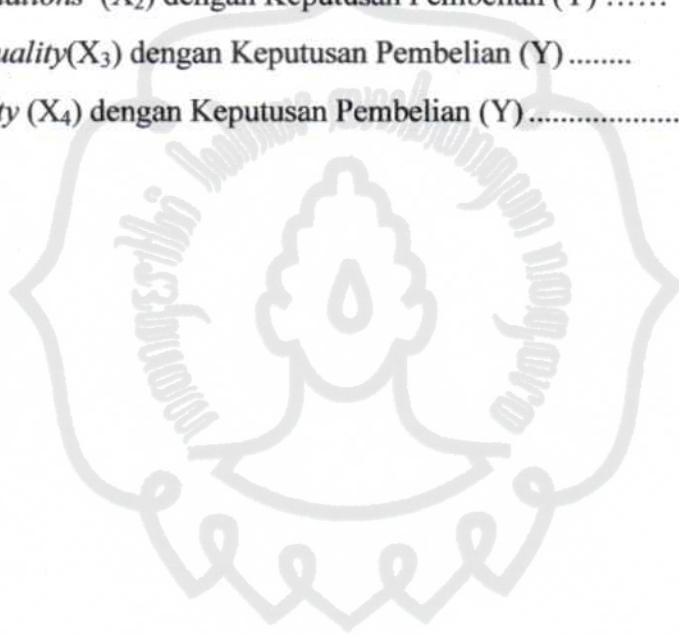
## Tabel

1.	Jumlah Penjualan Handphone di Indonesia .....	2
2.	Deskripsi Data Responden .....	42
3.	Deskripsi Data Statistik .....	43
4.	Uji Multikolinearitas .....	45
5.	Uji Autokorelasi .....	47
6.	Koefisien Regresi .....	52
7.	ANOVA .....	54
8.	<i>Coefficients</i> .....	55
9.	Koefisien Determinasi .....	56

## DAFTAR GAMBAR

### Gambar

1.	Kerangka Berpikir .....	25
2.	Grafik <i>Normal P-Plot of Regression Standardized Residual</i> .....	44
3.	<i>Scatterplot Regression Standardized Residual</i> .....	46
4.	Plot <i>Brand Awareness</i> ( $X_1$ ) dengan Keputusan Pembelian(Y) .....	48
5.	Plot <i>Brand Associations</i> ( $X_2$ ) dengan Keputusan Pembelian (Y) .....	49
6.	Plot <i>Perceived Quality</i> ( $X_3$ ) dengan Keputusan Pembelian (Y) .....	50
7.	Plot <i>Brand Loyalty</i> ( $X_4$ ) dengan Keputusan Pembelian (Y) .....	51





## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran

1.	Definisi Operasional dan Matriks Kuesioner .....	67
2.	Angket .....	72
3.	Hasil Uji Validitas Angket .....	77
4.	Hasil Uji Reliabilitas Angket .....	79
5.	Tabulasi Data Penelitian .....	82
6.	Hasil Uji Prasyarat dan Analisis Data .....	97
7.	Surat Permohonan Ijin Menyusun Skripsi pada Dekan .....	104
8.	Surat Permohonan Ijin Menyusun Skripsi dari Dekan .....	105
9.	Surat Permohonan Ijin Menyusun Skripsi Kepada Rektor .....	106
10.	Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian .....	107