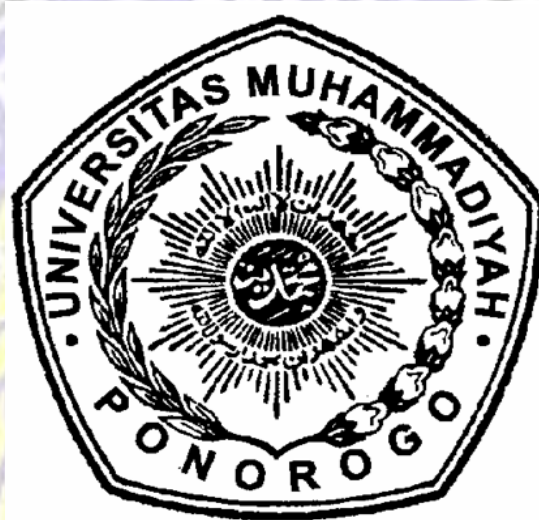


**ANALISIS PENGARUH EKUITAS MEREK NUGGET FIESTA
TERHADAP INTENSI BERPINDAH PADA PRODUK LAIN DI
KECAMATAN SOOKO**

(Studi Kasus Pada Konsumen Nugget Fiesta Di Swalayan Amoer Kecamatan
Sooko)



NAMA : YUANITA TITY WAHYUNI

NIM : 13413258

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2017

**ANALISIS PENGARUH EKUITAS MEREK NUGGET FIESTA
TERHADAP INTENSI BERPINDAH PADA PRODUK LAIN DI
KECAMATAN SOOKO**

(Studi Kasus Pada Konsumen Nugget Fiesta Di Swalayan Amoer Kecamatan
Sooko)



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Starta Satu(S1)

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

NAMA : YUANITA TITY WAHYUNI

NIM : 13413258

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2017

HALAMAN PENGESAHAN

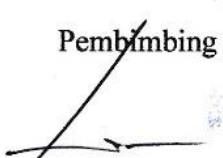
Judul : Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Nugget Fiesta Terhadap Intensi Berpindah Pada Produk Lain Di Kecamatan Sooko
Nama : Yuanita Tity Wahyuni
NIM : 13413258
Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)

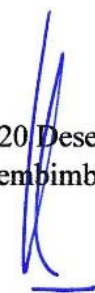
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Diajukan untuk memenuhi dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Program Starta (S-1)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Pembimbing I


(Hadi Sumarsono, SE, M.Si)
NIK. 19760508 200501 11

Ponorogo, 20 Desember 2017
Pembimbing II


(Drs. Ec. Purwanto, MM)
NIK. 19531024 199309 14

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi

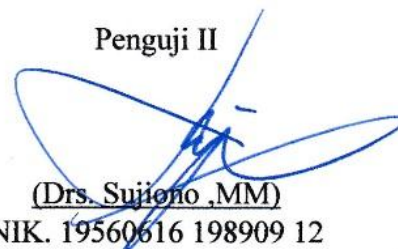


(Titi Rapini, SE, MM)
NIP. 19630505 199003 2 003


Penguji I


(Hadi Sumarsono, SE, M.Si)
NIK. 19760508 200501 11

Penguji II


(Drs. Sujiono, MM)
NIK. 19560616 198909 12

Penguji III


(Dra. Umi Farida, MM)
NIK. 19610110 199112 13

ABSTRAK

This research is to know the effect of brand equity nugget fiesta to switching intention on other products in Kecamatan Sooko. This research uses data collection techniques in the form of questionnaires by determining the number of samples of 84 respondents. This research uses quantitative and multiple linear regression analysis data.

The purpose of this research to know :1) The influence of brand awareness to swiching intention on other products, 2) The influence of quality perceptioswiching intention on other products, 3) The influence of brand association toswiching intention on other products, 4) The influence of brand loyalhtyoswichingintention on other products.

Keywords: *brand awareness, quality perception, brand association, brand loyalty, switching intention.*

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh ekuitas merek nugget fiesta terhadap intensi berpindah pada produk lain di Kecamatan Sooko. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuesioner dengan menentukan jumlah sampel sebanyak 84 responden. Penelitian ini menggunakan data analisis kuantitatif dan regresi linear berganda.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui: 1) Pengaruh kesadaran merek terhadap intensi berpindah pada produk lain, 2) Pengaruh persepsi kualitas terhadap intensi berpindah pada produk lain, 3) pengaruh asosiasi merek terhadap intensi berpindah pada produk lain, 4) pengaruh loyalitas merek terhadap intensi berpindah pada produk lain, 5) secara simultan pengaruh kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek, dan loyalitas merek terhadap intensi berpindah pada produk lain.

Kata kunci: kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek, loyalitas merek, intensi berpindah.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbi'l'amin, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas lipahan karunia-Nya skripsi ini akhirnya dapat terselesaikan dengan judul ANALISIS PENGARUH EKUITAS MEREK NUGGET FIESTA TERHADAP INTENSI BERPINDAH PADA PRODUK LAIN DI KECAMATAN SOOKO dengan baik. Shalwat serta salam semoga terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi tugas dan memenuhi tugas dan melengkapi sebagai pernyataan untuk mendapatkan gelar sarjana Ekonomi pada program studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan terimakasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Drs. Sulton, M.Si., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo
2. Ibu Titi Rapini, SE, MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo
3. Ibu Dra. Umi Farida MM. selaku ketua prodi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo
4. Bapak Hadi Sumarsono selaku dosen pembimbing 1 yang dengan sabar membimbing selama penyusunan skripsi ini.

5. Bapak Purwanto selaku dosen pembimbing ke-2 dengan penuh kesabaran membimbing saya.
6. Manajer Swalayan Amoer yang telah mengizinkan untuk melakukan penelitian disana.
7. Karyawan Swalayan Amoer yang mau bekerjasama dengan saya.
8. Kedua orang tua saya yang bersabar dan selalu mendoakan saya.
9. Bapak Ibu TU Fakultas yang selalu baik dan mensupport saya.
10. Teman-teman Fakultas Ekonomi tahun angkatan 2013 khususnya prodi manajemen.
11. Sahabat-sahabat dan saudara saya yang telah membantu yang tidak saya sebutkan satu-satu.

Semoga Allah SWT memberikan balasan atas kebaikan kepada semuanya. Demi perbaikan selanjutnya saran dan kritik yang membangun akan penulis terima dengan senang hati. Akhirnya hanya kepada Allah SWT penulis serahkan segalanya mudah-mudahan dapat bermanfaat khususnya bagi penulis umum.

Ponorogo, 21 November 2017

Penulis,

(Yuanita Tity Wahyuni)

MOTTO

***“HASIL TIDAK AKAN MENGHIANATI USAHA YANG DISERTAI
DENGAN KEKUATAN DOA”***

***“SEGALA SESUATU PASTI MEMBUTUHKAN WAKTU, KARENA
HASIL AKAN DATANG DI WAKTU YANG TEPAT DAN
KESABARAN ADALAH KUNCI UTAMA”***

***“YAA AYYUHAA ALLADZIINA AAMANUU ISTA'IINUU
BIALSHABRI WAALSHSHALAATI INNA ALLAHAHA
MA'AALSHSHAABIRIINA”***

***(HAI ORANG-ORANG YANG BERIMAN, JADIKANLAH SABAR
DAN SHALAT SEBAGAI PENOLONGMU, SESUNGGUHNAYA ALLAH
BESERTA ORANG-ORANG YANG SABAR, AL-BAQARAH 2:153)***

LEMBAR PERSEMBAHAN

BISMILLAHIROHMANORROHIM

Dengan ini saya persembahkan karya ini untuk :

BAPAK DAN IBUK

Terimakasih kepada bapak dan ibu yang telah membimbingku dari kecil, memberi support dan juga semangat setiap hari untuk Yuanita. Perjuangan Yuanita untuk bapak dan ibu. I love you daddy and mommy.

BAPAK CATUR

Terimakasih pak catur yang selalu membimbing dan menasehati Yuanita di kampus. Terimakasih atas dorongan dan juga semangat yang telah ditumbuhkan dalam diri Yuanita.

SAHABAT-SAHABATKU

Terimakasih untuk (CHILLARASATI, AGUSTIN, SULIS, DEWANTI, SONYA, RACHMA, FRANGKY BESERTA KELUARGA WACANA, DAN TEMAN-TEMANKU SEMUANYA) kalian luar biasa. Thanks semangatnya buat Yuanita.

TEMAN-TEMAN BNI PONOROGO

Alhamdulillah dikelilingi teman-teman baru yang selalu support dan membimbing Yuanita. Terimakasih dukungannya BNI Ponorogo.

MANAJEMEN E

Teman-teman kelas manajemen E angkatan 2013 Unmuh Ponorogo terimakasih ya semangat buat Yuanita.

MAS-KU

**Buat kamu terimakasih ya sudah support dan juga bisa jadi tempat sharing
buat Yuanita.**

BRIPDA DONY ASIP NAZARUDDIN

**Terimakasih sudah menjadi partner Yuanita, selalu menasehati Yuanita, dan
juga terimakasih semangatnya buat Yuanita**



PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR

KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 21 November 2017



Yuanita Tity Wahyuni
(13413258)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
MOTTO	vi
LEMBAR PERSEMBAHAN	vii
PERNYATAAN TIDAK MENYIMPANG KODE ETIK PENELITIAN	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Batasan-Batasan.....	6
1.3.1. Batasan Masalah.....	6
1.3.2. Batasan Obyek.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA⁹	
2.1. Landasan Teori ¹	9
2.1.1 Pemasaran.....	10
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran	9
2.1.1.2 Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.1.3 Bauran Pemasaran	9
2.1.2. Produk.....	12
2.1.2.1. Pengertian Produk	12
2.1.2.2. Atribut Produk.....	13
2.1.2.3. Klasifikasi Produk.....	13

2.1.2.4. Kualitas Produk.....	16
2.1.3. Merek.....	18
2.1.3.1. Pengertian Pengertian Merek	18
2.1.3.2. Ekuitas Merek	19
2.1.3.3. Elemen-Elemen Ekuitas Merek.....	22
2.1.4. Perilaku Konsumen	30
2.1.4.1. Karakteristik Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	31
2.1.5. Intensi Berpindah.....	36
2.2. Penelitian Terdahulu	37
2.3. Kerangka Pemikiran	40
2.4. Hipotesis.....	40
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Ruang Lingkup Penelitian.....	44
3.2. Populasi dan Sampel	44
3.2.1. Populasi	44
3.2.2. Sampel Penelitian	45
3.3. Metode Pengambilan Data	48
3.3.1. Metode Kuisisioner	48
3.4. Definisi Variabel dan Operasional Variabel	49
3.4.1. Variabel Dependen atau Variabel Terikat	50
3.4.2. Variabel Independen atau Variabel Bebas.....	50
3.5. Metode Analisis Data	55
3.5.1. Analisis Data Kuantitatif	55
3.5.2. Uji Instrumen	55
3.5.3. Teknik Analisis Data	58
3.5.3.1. Analisis Regresi Linier Berganda	58
3.5.3.2. Koefisien Determinasi (R ²)	59
3.5.4. Pengujian Hipotesis	59
3.5.4.1. Uji t_{hitung}	59
3.5.4.2. Uji f test.....	60

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	62
4.1.1. Gambaran Umum Swalayan Amoer.....	62
4.2. Deskripsi Profil Responden.....	66
4.3. Deskripsi Variabel Penelitian.....	69
4.3.1. Uji Instrumen.....	114
4.3.1.1. Uji Validasi.....	114
4.3.1.2. Uji Reliabilitas.....	116
4.4. Analisis Data.....	117
4.4.1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	117
4.4.2. Analisis Koefisien Determinasi (R ²).....	121
4.5. Uji Hipotesis.....	121
4.5.1. Uji t.....	121
4.5.2. Uji f.....	125
4.6. Pembahasan.....	127
4.6.1. Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Intensi Berpindah.....	127
4.6.2. Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Intensi Berpindah.....	138
4.6.3. Pengaruh Asosiasi Merek Terhadap Intensi Berpindah.....	130
4.6.4. Pengaruh Loyalitas Merek Terhadap Intensi Berpindah.....	131
4.6.5. Pengaruh Kesadaran, Persepsi, Asosiasi dan Loyalitas Merek Terhadap Intensi Berpindah.....	132

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	135
5.2. Saran.....	136

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	37
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	67
Tabel 4.3 responden Berdasarkan Pekerjaan	68
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pembelian	69
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Kesadaran Merek (X1)	74
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Persepsi Kualitas (X2).....	84
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Asosiasi (X3).....	98
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Merek (X4)	107
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Intensi Berpindah (Y).....	112
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	115
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	117
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Berganda	118
Tabel 4.12 Nilai Koefisien Determinasi.....	121
Tabel 4.13 Hasil Uji t.....	122
Tabel 4.14 Hasil Uji f (Uji Simultan).....	126

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4.1 Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji t.....	123
Gambar 4.2 Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji t.....	123
Gambar 4.3 Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji t.....	124
Gambar 4.4 Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji t.....	125
Gambar 4.5 Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji f.....	127



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I Kuesioner Penelitian

LAMPIRAN II Data Tabulasi Kuesioner Penelitian

LAMPIRAN III Data SPSS

LAMPIRAN IV Daftar r tabel, t table dan f tabel

