

**PENGARUH BRAND EQUITY DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT SHAFCO MULTI
TRADING
(ZOYA KEDIRI)**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagai persyaratan dalam memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen



Oleh :

Eva Istiningrum
NIM. 16418814

FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS KADIRI

KEDIRI

2020

PENGESAHAN

Dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri dan diterima untuk memenuhi
Salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen
Pada tanggal 28 Juli 2020

Mengesahkan
Universitas Kadiri
Fakultas Ekonomi

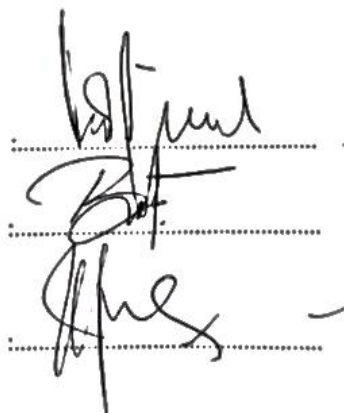
Dekan,



Dr. Nur Lachy, MM
NIDN. 0718026001

TIM PENGUJI

1. Drs. Budi Heryanto, MM.
NIDN : 0704055802
2. Bothy Dewandaru SE, Msi
NIDN : 705088901
3. Dra. Kartika, MM.
NIDN : 0709075103



SURAT PERNYATAAN TENTANG ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Eva Istiningrum

NPM : 16418814

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Jenjang : Sarjana (S1)

Menyatakan bahwa saya tidak melakukan kegiatan plagiat dalam penulisan skripsi saya yang berjudul :

**"PENGARUH *BRAND EQUITY* DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PT SHAFCO MULTI TRADING
(ZOYA KEDIRI)"**

Apabila suatu saat nanti saya terbukti melakukan tindakan plagiat, maka saya akan menerima sanksi yang ditetapkan.

Demikian surat pernyataan ini saat buat dengan sebenar-benarnya

Kediri, 04 Maret 2020


UNIPABEL
Kediri
Eva Istiningrum
16418814

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah subhanahu wa ta'ala yang telah melimpahkan kasih dan sayang-nya kepada kita, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu, yang kami beri judul “ *Pengaruh brand equity dan strategi promosi terhadap keputusan pembelian di PT Shafco Multi Trading (Zoya Kediri)*”.

Tujuan dari penyusun skripsi ini guna memenuhi salah satu syarat untuk bisa menempuh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen di Universitas Kediri.

Didalam pengerjaan skripsi ini telah melibatkan banyak pihak yang sangat membantu dalam banyak hal. Oleh sebab itu, disini penulis sampaikan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada :

1. ALLAH SWT yang telah memberikan Anugrah kehidupan.
2. Ir. Djoko Rahardjo, MP selaku Rektor Universitas Kediri.
3. Dr. Nur Laely, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Kediri.
4. Drs. Gandung Satriyono, MM selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kediri dan Dosen Pembimbing 1, terima kasih atas petunjuk, arahan dan pendapat yang diberikan kepada saya sangat bermanfaat dan berharga bagi penulis untuk mengembangkan skripsi penulis.
5. Bothy Dewandaru SE, Msi selaku Dosen Pembimbing II yang sabar meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan saran dan

banyak ilmu pada setiap permasalahan atas kesulitan dalam mengajarkan skripsi ini.

6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Manajemen yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat pada masa perkuliahan.
7. Bapak/Ibu pimpinan Zoya Kadiri yang telah memberikan izin penelitian sehingga skripsi dapat terselesaikan dengan baik.
8. Kedua orang tua saya yang sangat kusayangi Ayahanda Supeno (Alm) dan terima kasih Ibu tercinta saya Suyanik terima kasih atas limpahan do'a dan kasih sayang yang tak terhingga dan selalu memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada Kekasihku Terima kasih atas Kasih sayang dan semangat serta dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini
10. Sahabat-sahabat saya yang senantiasa memberikan motivasi selama masa studi saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.

Atas semua yang mereka berikan, penulis tidak bisa membalasnya kecuali Do'a yang bisa penulis panjatkan semoga kebaikan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan pahala yang tidak terhingga dari Allah SWT, AminAmin Amin Ya Robbal Alamin.

Kediri, 04 Maret 2020

Eva Istiningrum
NPM.164188

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.	iv
KATA PENGANTAR.	v
ABSTRAK.	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.	xxi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.	1
1.2 Rumusan Masalah.	5
1.3 Pembatasan Masalah.	5
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.	6
1.4.1 Tujuan Penelitian.....	6
1.4.2 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu.	8
2.2 Landasan Teori.....	11
2.2.1 <i>Brand Equity</i>	11

2.2.1.1 Pengertian <i>Brand Equity</i>	11
2.2.1.2 Manfaat <i>Brand Equity</i>	13
2.2.1.3 Tahap Proses Perkembangan <i>Brand Equity</i>	17
2.2.1.4 Dimensi <i>Brand Equity</i>	18
2.2.1.5 Pengaruh Variabel <i>Brand Equity</i> Terhadap Keputusan Pembelian	24
2.2.2 Promosi.	25
2.2.2.1 Pengertian Promosi.	25
2.2.2.2 Tujuan Promosi.	26
2.2.2.3 Pengelompokan Promosi Berdasarkan Tujuan.	27
2.2.2.4 Pengaruh Variabel Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2.2.3 Keputusan Pembelian.....	28
2.2.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	28
2.2.3.2 Perilaku Konsumen Waktu Keputusan Pembelian.	31
2.2.3.3 Pengambilan Keputusan Pembelian.....	31
2.2.3.4 Peran Dalam Pembelian.	33
2.2.3.5 Tahap-Tahap Proses Pembelian.....	34
2.2.3.6 Struktur Keputusan Pembelian.....	35
2.3 Kerangka Berpikir.....	36
2.4 Hipotesis.....	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Populasi dan Sampel Penelitian.	37
3.1.1 Populasi.....	37

3.1.2 Sampel.....	37
3.2 Metode Pengambilan Sampel.....	38
3.3 Variabel Penelitian, Cara Pengukuran dan Definisi Operasional.	39
3.3.1 Variabel Penelitian.....	39
3.3.2 Cara Pengukuran.	39
3.3.3 Definisi Operasional.	41
3.4 Metode Pengumpulan Data.	43
3.4.1 Jenis dan Sumber Data.	45
3.4.1.1 Data Primer.	45
3.4.1.2 Data Sekunder	45
3.4.2 Penguji Instrumen Data	46
3.4.2.1 Uji Validitas	46
3.4.2.2 Uji Reabilitas	46
3.5 Metode Analisis Data.....	47
3.5.1 Analisis Destriptif.	47
3.5.2 Analisis Regresi Linier Berganda.	47
3.5.3 Uji Hipotesis.	48
3.5.4 Uji Parsial (T).....	48
3.5.5 Uji Simultan (F)	49
3.5.6 Koefisien Determinasi (R^2).	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Deskripsi Penelitian.	50
4.1.1 Lokasi Penelitian.....	51

4.1.2 Waktu Penelitian.....	51
4.2 Hasil Penelitian.....	52
4.2.1 Gambaran Umum dan Sejarah Zoya Kediri.....	52
4.2.2 Visi dan Misi Zoya Kediri.....	53
4.2.3 Hasil Uji Validitas.....	54
4.2.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	55
4.2.5 Analisis Deskriptif.....	56
4.2.5.1 Deskriptif Responden.....	56
4.2.5.2 Deskriptif Jawaban Responden.....	59
4.2.6 Analisis Regresi Linier Berganda.....	62
4.2.7 Uji Parsial (Uji T).....	63
4.2.8 Uji Simultan (Uji F).....	64
4.2.9 Koefisien Determinasi (R^2).....	65
4.3 Pembahasan.....	66
4.3.1 Pengaruh <i>Brand Equity</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	67
4.3.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	67
4.3.3 Pengaruh <i>Brand Equity</i> dan Promosi Keputusan Pembelian.....	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	69
5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Saran.....	70

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas <i>Brand Equity</i>
Tabel 4.1.2 Hasil Uji Validitas Promosi.
Tabel 4.2.4 Hasil Uji Reliabilitas.....
Tabel 4.2.5 Deskripsi Jawaban Responden.....
Tabel 4.2.6 Analisis Regresi Linier Berganda.
Tabel 4.2.7 Uji Simultan (Uji F).
Tabel 4.2.8 Koefisien Determinasi (R^2).

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	36
-----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	
Lampiran 2 Tabulasi Hasil Penelitian.....	
Lampiran 3 Hasil Perhitungan Validitas SPSS.....	
Lampiran 4 Hasil Perhitungan Reliabilitas SPSS.....	
Lampiran 5 Hasil Analisis Deskriptif Responden.....	
Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	
Lampiran 7 Hasil Uji F.....	
Lampiran 8 Hasil Analisis Koefisien Determinasi.....	
Lampiran 9 Biodata Mahasiswa.....	
Lampiran 10 Surat Keterangan Penelitian.....	
Lampiran 11 Hasil Plagiasi.....	
Lampiran 12 Berita Acara Seminar Proposal.....	
Lampiran 13 Daftar Hadir Seminar Proposal.....	
Lampiran 14 Lembar Bimbingan Skripsi.....	