

**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP MINAT PEMBELIAN
KONSUMEN MIE GACOAN DI PROVINSI DAERAH ISTIMEWA
YOGYAKARTA**

Skripsi

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana
Manajemen (S1)**

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh :

Tyas Sundari

NPM : 190324940

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2023

Skripsi

**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP MINAT PEMBELIAN
KONSUMEN MIE GACOAN DI PROVINSI DAERAH ISTIMEWA
YOGYAKARTA**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana
Manajemen (SI)**



Disusun Oleh:

Tyas Sundari

NPM: 190324940

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Th. Agung M. Harsiwi', is positioned above the name of the supervisor.

Th. Agung M. Harsiwi, SE., M.Si

11 Mei 2023

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi

**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP MINAT PEMBELIAN
KONSUMEN MIE GACOAN DI PROVINSI DAERAH ISTIMEWA
YOGYAKARTA**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Tyas Sundari

NPM: 190324940

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji

pada tanggal 14 Juni 2023

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (SI)

Program Studi Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji


Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

Anggota Panitia Penguji


Th. Agung M. Harsiwi, SE., M.Si.


Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.

Yogyakarta, 14 Juni 2023

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta


Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

**FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA**

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan skripsi dengan judul:

**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP MINAT PEMBELIAN
KONSUMEN MIE GACOAN DI PROVINSI DAERAH ISTIMEWA
YOGYAKARTA**

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya dalam tugas akhir ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian karya tulis orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat serta pemikiran dari peneliti lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri. Apabila di kemudian hari terbukti saya melakukan plagiaris, baik sebagian maupun seluruh dari skripsi saya, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 11 Mei 2023

Yang menyatakan



Tyas Sundari

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunianya-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Minat Pembelian Konsumen Mie Gacoan Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta” dengan baik dan lancar serta sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S1) pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu baik langsung maupun tidak langsung baik melalui motivasi, doa, arahan dan bimbingan dalam pelaksanaan dan penyusunan skripsi ini, antara lain:

1. Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat, penyertaan, dan kasih karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi, terutama oleh berkat-Nya yang tercurah melalui orang-orang terdekat peneliti.
2. Ibu Th. Agung M. Harsiwi, SE., M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah sabar memberikan pengarahan dan bimbingan kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik.
3. Bapak Melkey Binaro., Ibu Ristituta Murtini., Makla., Om Andre serta adik peneliti Sebastian Risky Bangun., yang selalu memberikan dukungan

berupa motivasi dan doa sehingga penyusunan skripsi dapat berjalan dengan lancar.

4. Untuk Nini, Velin, Irene dan Desna yang selalu sabar untuk memberikan dukungan serta memberikan masukan sehingga proses skripsi dapat berjalan dengan baik.
5. Untuk Benediktus Deny yang selalu memberikan dukungan, hiburan, motivasi dan doa selama proses penulisan skripsi.
6. Untuk Rafika Aprilia yang selalu memberikan saran dan motivasi selama proses penulisan skripsi.

Dengan kesadaran penuh peneliti menyadari apabila penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna, oleh karena itu saya sebagai peneliti sungguh menerima kritik dan saran dari para pembaca. Akhir kata saya mengucapkan terimakasih kepada para pembaca karena sudah mau meluangkan waktunya untuk membaca skripsi yang telah saya buat dengan harapan dapat bermanfaat dan memberikan informasi yang dibutuhkan. Atas perhatiannya, peneliti mengucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 11 Mei 2023



Tyas Sundari

MOTTO

“Bangun kesuksesan dari kegagalan. Kegagalan dan keputusasaan adalah dua batu loncatan yang paling baik menuju kesuksesan”

Dale Carnegie

“Satu-satunya sumber pengetahuan adalah pengalaman”

Albert Einstein



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
MOTTO	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.6 Sistematika Laporan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Kesadaran Merek.....	11
2.2 Persepsi Kualitas	12
2.3 Asosiasi Merek	13
2.4 Loyalitas Merek.....	14
2.5 Minat Pembelian Konsumen	14
2.6 Penelitian Terdahulu.....	15
2.7 Kerangka Penelitian	20
2.8 Hipotesis.....	22

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	26
3.1 Lokasi Penelitian	26
3.2 Populasi dan Sampel	26
3.2.1 Populasi.....	26
3.2.2 Sampel	27
3.3 Data Penelitian	27
3.4 Metode Pengambilan Sampel.....	28
3.5 Metode Pengumpulan Data	28
3.6 Instrumen Penelitian.....	29
3.7 Metode Pengujian Instrumen.....	30
3.7.1 Uji Validitas.....	31
3.7.2 Uji Reliabilitas	31
3.8 Metode Analisis Data	31
3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	32
3.8.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Profil Responden	35
4.2 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	37
4.2.1 Hasil Pengujian Validitas.....	37
4.2.2 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	39
4.3 Hasil Pengujian Analisis Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	40
4.3.1 Variabel Kesadaran Merek	40
4.3.2 Variabel Persepsi Kualitas	42
4.3.3 Variabel Asosiasi Merek.....	43
4.3.4 Variabel Loyalitas Merek	44
4.4 Pengaruh Ekuitas Merek (Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, Loyalitas Merek) Terhadap Minat Pembelian	46
4.5 Pembahasan	50
4.5.1 Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Minat Pembelian	50
4.5.2 Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Minat Pembelian	51
4.5.3 Pengaruh Asosiasi Merek Terhadap Minat Pembelian.....	52
4.5.4 Pengaruh Loyalitas Merek Terhadap Minat Pembelian	54

BAB V PENUTUP.....	56
5.1 Kesimpulan.....	56
5.2 Implikasi Manajerial.....	57
5.3 Keterbatasan Penelitian	60
5.4 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN.....	65



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 4. 1 Profil Responden.....	35
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas.....	37
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas	39
Tabel 4. 4 Penilaian Responden Variabel Kesadaran Merek	40
Tabel 4. 5 Penilaian Responden Variabel Persepsi Kualitas.....	42
Tabel 4. 6 Penilaian Responden Variabel Asosiasi Merek	43
Tabel 4. 7 Penilaian Responden Variabel Loyalitas Merek.....	44
Tabel 4. 8 Penilaian Responden Variabel Minat Pembelian.....	45
Tabel 4. 9 Hasil Uji Regresi Berganda Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Minat Pembelian.....	47



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	20
---------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	65
Lampiran 2 Kuesioner Asli	68
Lampiran 3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	70
Lampiran 4 Statistik Deskriptif Responden	75
Lampiran 5 Statistik Deskriptif Variabel	76
Lampiran 6 Hasil Regresi Linear Berganda.....	78
Lampiran 7 Rekap Data Kuesioner	79



**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP MINAT PEMBELIAN
KONSUMEN MIE GACOAN DI PROVINSI DAERAH ISTIMEWA
YOGYAKARTA**

Disusun oleh:

Tyas Sundari

NPM: 190324940

Pembimbing:

Th. Agung M. Harsiwi, SE., M.Si

Abstrak

Tingginya tingkat minat beli konsumen menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menawarkan produk atau jasa yang baik. Preferensi pembelian konsumen dipengaruhi oleh banyak faktor, termasuk ekuitas merek. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ekuitas merek yaitu, kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek, loyalitas merek dan terhadap minat pembelian konsumen Mie Gacoan di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Data kuesioner diperoleh dari konsumen Mie Gacoan di Kota Yogyakarta dengan jumlah sampel sebanyak 132 responden. Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner melalui *Google Form* dan disebarluaskan secara *online* dengan kriteria responden berdomisili di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dan mengetahui serta pernah mengetahui produk Mie Gacoan.

Metode pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan reliabilitas serta metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Hasil menunjukkan dari keempat dimensi ekuitas merek kesadaran merek tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat pembelian. Persepsi kualitas berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat pembelian. Asosiasi Merek berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat pembelian. Loyalitas merek berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat pembelian.

Kata kunci: kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek, loyalitas merek, minat pembelian.