

**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PERUMAHAN GRAHA PADMA SEMARANG**

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat

Sarjana Manajemen (S1)

Pada Program Studi Manajemen



Disusun Oleh :

Yudistira Iqbal Dibrasetya

NPM : 200325849

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2024

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PERUMAHAN GRAHA PADMA SEMARANG**



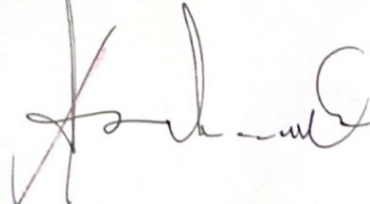
Disusun Oleh :

Yudistira Iqbal Diprasetya

NPM : 200325849

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Pembimbing



(M. Parnawa Putranta, MBA, Ph.D.)

Tanggal, 28 Juni 2024

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi

**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PERUMAHAN GRAHA PADMA SEMARANG**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Yudistira Iqbal Diprasetya

NPM : 200325849

Telah dipertahankan di depan panitia penguji

Pada tanggal 5 Juli 2024

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

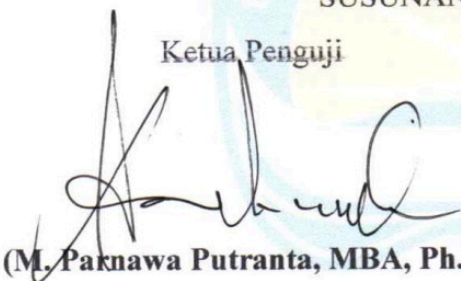
Sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Program

Studi Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Penguji

Anggota Penguji


(M. Parnawa Putranta, MBA, Ph.D.)


(Th. Diah Widiastuti, SE, M.Si)



(Debora Wintriarsi H, SE, MM., MSc)

Yogyakarta, 28 Juli 2024

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta




Mahestu N. Krisjanti, M.Sc.IB., Ph.D.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PERUMAHAN GRAHA PADMA SEMARANG

Benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide maupun kutipan baik secara langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan maupun ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini yaitu di dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti saya melakukan plagiasi sebahian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 28 Juli 2024

Yang menyatakan



Yudistira Iqbal Diprasetya

MOTTO

**“You, me, or nobody is gonna hit as hard as life. But it ain’t about how hard
yout hit. It’s about how hard you can get hit and keep moving forward. How
much you can take and keep moving forward”**

-Rocky Balboa-

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan pembelian Pada Perumahan Graha Padma Semarang”** penulisan pada skripsi ini merupakan salah satu syarat yang harus ditempuh penulis untuk dapat menyelesaikan program strata satu (S1).

Penulis menyadari banyak pihak yang membantu dan berkontribusi dalam terselesainya skripsi ini. Segala bentuk bantuan, baik berupa dukungan moril ataupun materil sangat membantu penulis dalam mengumpulkan semangat dan keinginan untuk menyelesaikan studi. Dengan demikian, penulis ucapkan terima kasih dengan ketulusan hati kepada pihak-pihak yang telah membantu dan membimbing penulis selama menyusun skripsi ini, yakni kepada :

1. Ibu Nadia Nila Sari, SE., MBA. selaku dosen pembimbing akademik yang senantiasa membantu dan membimbing penulis selama delapan semester penulis menyelesaikan studi
2. Bapak Drs. Matius Parnawa Putranta, MBA., Ph.D selaku dosen pembimbing skripsi yang senantiasa membantu dan membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi
3. Ibu Diah Ismoyowati selaku pihak manajemen Perumahan Graha Padma Semarang yang senantiasa membantu dan mendukung berlangsungnya proses penyelesaian skripsi.

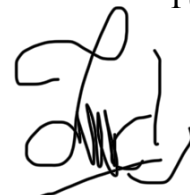
4. Keluarga yang saya cintai dan sayangi yang selali memberikan dukungan serta doa kepada penulis, sehingga penulis dapat terus semangat menyelesaikan skripsi.
5. Sahabat serta teman penulis yang senantiasa menemani, membantu dan menghibur penulis saat mengalami kesusahan dalam menyusun skripsi.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dan ketidaksempurnaan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, segala bentuk masukan, kritik dan saran yang bersifat membangun dengan senang hati dapat diterima demi perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga penulisan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penelitian selanjutnya dan bagi semua pihak yang membacanya.

Yogyakarta, 28 Juli 2024

Penulis



Yudistira Iqbal Diprasetya

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN.....	iii
MOTTO.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.5.1 Manfaat Teoritis	9
1.5.2 Manfaat Praktis	9
1.6 Sistematika Penelitian.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Ekuitas Merek (<i>Brand Equity</i>)	12
2.1.2 Keputusan pembelian (Purchase Decision)	17
2.2 Penelitian Terdahulu	19

2.3 Pengembangan Hipotesis.....	22
2.3.1 Kesadaran Merek terhadap Keputusan pembelian.....	22
2.3.2 Asosiasi Merek terhadap Keputusan pembelian	23
2.3.3 Kualitas Yang Dirasakan terhadap Keputusan pembelian.....	24
2.3.4 Loyalitas Merek terhadap Keputusan pembelian.....	25
2.4 Model Kerangka Penelitian	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	28
3.1 Jenis Penelitian	28
3.2 Konteks Penelitian.....	29
3.3 Populasi	30
3.4 Sampel	30
3.5 Definisi Operasional	31
3.6 Metode Pengumpulan Data	33
3.7 Kuesioner.....	34
3.8 Uji Instrumen.....	35
3.8.1 Uji Reliabilitas	35
3.8.2 Uji Validitas	35
3.9 Alat Analisis	36
3.9.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	36
3.9.2 Uji Hipotesis	37
3.9.3 Smart PLS	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Hasil Statistika Deskriptif.....	46
4.2 Analisis Deskriptif Variabel	48
4.2.1. Deskripsi Variabel Kesadaran Merek	49

4.2.2. Deskripsi Variabel Asosiasi Merek	50
4.2.3 Deskripsi Variabel Kualitas yang Dirasakan	50
4.2.4. Deskripsi Variabel Loyalitas Merek	52
4.2.5. Deskripsi Variabel Keputusan pembelian.....	52
4.3 Analisis Partial Least Square-Structural Equation Model.....	53
4.3.1 Hasil Analisis <i>Outer Model</i>	53
4.3.1 Hasil Analisis <i>Inner Model</i>	59
4.4 Pengujian Hipotesis	61
4.4.1. Kesadaran merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.	62
4.4.2. Asosiasi merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian ...	62
4.4.3. Kualitas yang dirasakan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.....	63
4.4.4. Loyalitas merek tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.....	63
4.5 Pembahasan Hipotesis	64
4.5.1. Kesadaran merek memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.....	64
4.5.2. Asosiasi merek memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.....	65
4.5.3. Kualitas yang dirasakan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.....	66
4.5.4. Loyalitas merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian	67
BAB V PENUTUP.....	69
5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Implikasi Manajerial.....	70
5.3 Keterbatasan Penelitian	71

5.4 Saran Penelitian Selanjutnya	71
DAFTAR PUSTAKA	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Permintaan Rumah Di Indonesia Tahun 2024.....	1
Gambar 4. 1 Model Struktural.....	60

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3. 1 Definisi Operasional	32
Tabel 3. 2 Kuesioner	34
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden.....	46
Tabel 4. 2 Tanggapan Responden Variabel Kesadaran Merek	49
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden Variabel Asosiasi Merek	50
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Variabel Kualitas yang Dirasakan	51
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Variabel Loyalitas Merek	52
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Variabel Keputusan pembelian	53
Tabel 4. 7 Hasil Uji Outer loading Tahap Pertama.....	54
Tabel 4. 8 Hasil Uji Outer loading Tahap Kedua	55
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas Konsistensi Internal dan Validitas Konvergen	57
Tabel 4. 10 Q-square	60
Tabel 4. 11 Hasil Uji Hipotesis	62

DAFTAR LAMPIRAN

lampiran 1 Kuesioner	81
Lampiran 2 Gambar Hasil Uji Sem Tahap 1	88
Lampiran 3 Gambar Hasil Uji Sem Tahap 2	89
Lampiran 4 Hasil Uji Outer Loading Tahap 1	90
Lampiran 5 Lampiran 5 Hasil Uji Outer Loading Tahap 2	91
Lampiran 6 Hasil Analisis Tanggapan Responden	92
Lampiran 7 Spreadsheet Gform	94
Lampiran 8 Google Form Kuesioner	95