

## MOTTO

"Masa depan adalah milik mereka yang percaya pada indahnya mimpi-mimpi mereka". (Eleanor Roosevelt)

"Remember this day men, because the future will be yours forever." (Achmad Taufan C.S)



## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **Pengaruh Asosiasi Merek (*Brand Association*) terhadap Keputusan Pembelian** (Survei Pembeli Produk Air Minum Mineral Merek *Aqua* pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Angkatan 2008/2009 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya)

Disusun Oleh : Achmad Taufan Charis Shophy

NIM : 0810320004

Fakultas : Ilmu Administrasi

Jurusan : Administrasi Bisnis

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Malang, 15 Juni 2012

Komisi Pembimbing

Ketua

Anggota

Drs. Wilopo, MAB

NIP. 19660430 199303 1 002

Sunarti, S. SOS, MAB

NIP. 19740717 199802 2 001

## TANDA PENGESAHAN

Telah dipertahankan di depan Majelis Penguji skripsi, Fakultas Ilmu Administrasi  
Universitas Brawijaya pada :

Hari : Senin

Tanggal : 23 Juli 2012

Jam : 09.00

Skripsi atas nama : Achmad Taufan Charis Shophy

Judul : Pengaruh Asosiasi Merek (Brand Association)  
terhadap Keputusan Pembelian

**dan dinyatakan LULUS**

**MAJELIS PENGUJI**

(Ketua)

(Anggota)

**Drs. Wilopo, MAB**

**NIP. 19660430 199303 1 002**

**Sunarti, S. Sos, MAB**

**NIP. 19740717 199802 2 001**

(Ketua)

(Anggota)

**Prof. Dr. Suharyono, MA**

**NIP. 19450101 197303 1 001**

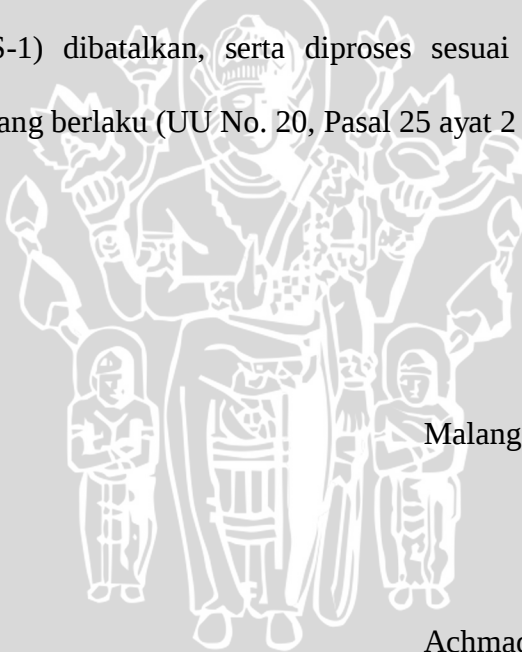
**Drs. Wasis A. Latief, M. P**

**NIP. 19481129 197803 1 001**

## PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang sepengetahuan saya didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh (S-1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20, Pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).



Malang, 7 Juli 2012

Achmad Taufan Charis S.  
NIM: 0810320004

## RINGKASAN

Achmad Taufan Charis S, 2012, **Pengaruh Asosiasi Merek (*Brand Association*) terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Pembeli Produk Air Minum Mineral Merek *Aqua* pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Angkatan 2008/2009 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya)**. Ketua komisi pembimbing Drs. Wilopo, MAB, Anggota komisi pembimbing Sunarti, S. Sos, MAB., 91 hal + xv

---

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan variabel-variabel dalam asosiasi merek yang mempengaruhi keputusan pembelian dan untuk mengetahui variabel asosiasi merek yang dominan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian produk air minum mineral merek *Aqua*.

Jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research*, dan bentuk pengamatan dalam penelitian ini adalah *survey*. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Tahun Angkatan 2008/2009 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang membeli produk air minum mineral merek *Aqua*. Jumlah sampel yang diteliti sebanyak 83 responden, dan metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *Simple Random Sampling*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, analisis regresi linier berganda, dan analisis regresi parsial.

Hasil perhitungan statistik analisis regresi linier berganda diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 13,857, sedangkan  $F_{tabel}$  pada taraf signifikan 0,05 menunjukkan nilai sebesar 2,49. Hal tersebut menunjukkan bahwa  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang menunjukkan bahwa variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian. Dari hasil analisis juga diperoleh hasil *Adj. R Square* sebesar 0,385. Artinya bahwa 38,5% variabel Keputusan Pembelian akan dipengaruhi oleh variabel bebasnya, Hasil Uji t menunjukkan ada pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial pada variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) dengan nilai  $t_{hitung} = 3,513$ , dan  $t_{tabel} 1,99085$  dan variabel Kemudahan ( $X_4$ ) dengan nilai  $t_{hitung} = 3,005$ , dan  $t_{tabel} 1,99085$ , namun ada pengaruh yang tidak signifikan pada variabel Harga ( $X_2$ ) dengan nilai  $t_{hitung} = 0,861$ , dan  $t_{tabel} 1,99085$  dan variabel Emosional ( $X_3$ ) dengan nilai  $t_{hitung} = -0,105$ , dan  $t_{tabel} 1,99085$ , dengan  $P=0,000$  dengan arah positif sehingga menghasilkan keputusan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Berdasarkan pada hasil uji t didapatkan bahwa variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) mempunyai nilai  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  yang paling besar. Yaitu  $t_{hitung}$  sebesar 3,513 dan  $t_{tabel} 1,99085$ . Variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh yang dominan terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ).

Kesimpulan dari penelitian ini adalah pengujian terhadap hipotesis yang menyatakan bahwa ada pengaruh secara bersama-sama dan parsial variabel bebas terhadap variabel Keputusan Pembelian dapat diterima dan variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) merupakan variabel yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian produk air minum mineral merek *Aqua*.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**“Kudedikasikan Karyaku Kepada Kedua  
Orang Tuaku . Serta sahabat dan semua  
temen-temanku,  
Semoga Bermanfaat”**

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Asosiasi Merek (*Brand Association*) terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Pembeli Produk Air Minum Mineral Merek *Aqua* pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Angkatan 2008/2009 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang)”**.

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

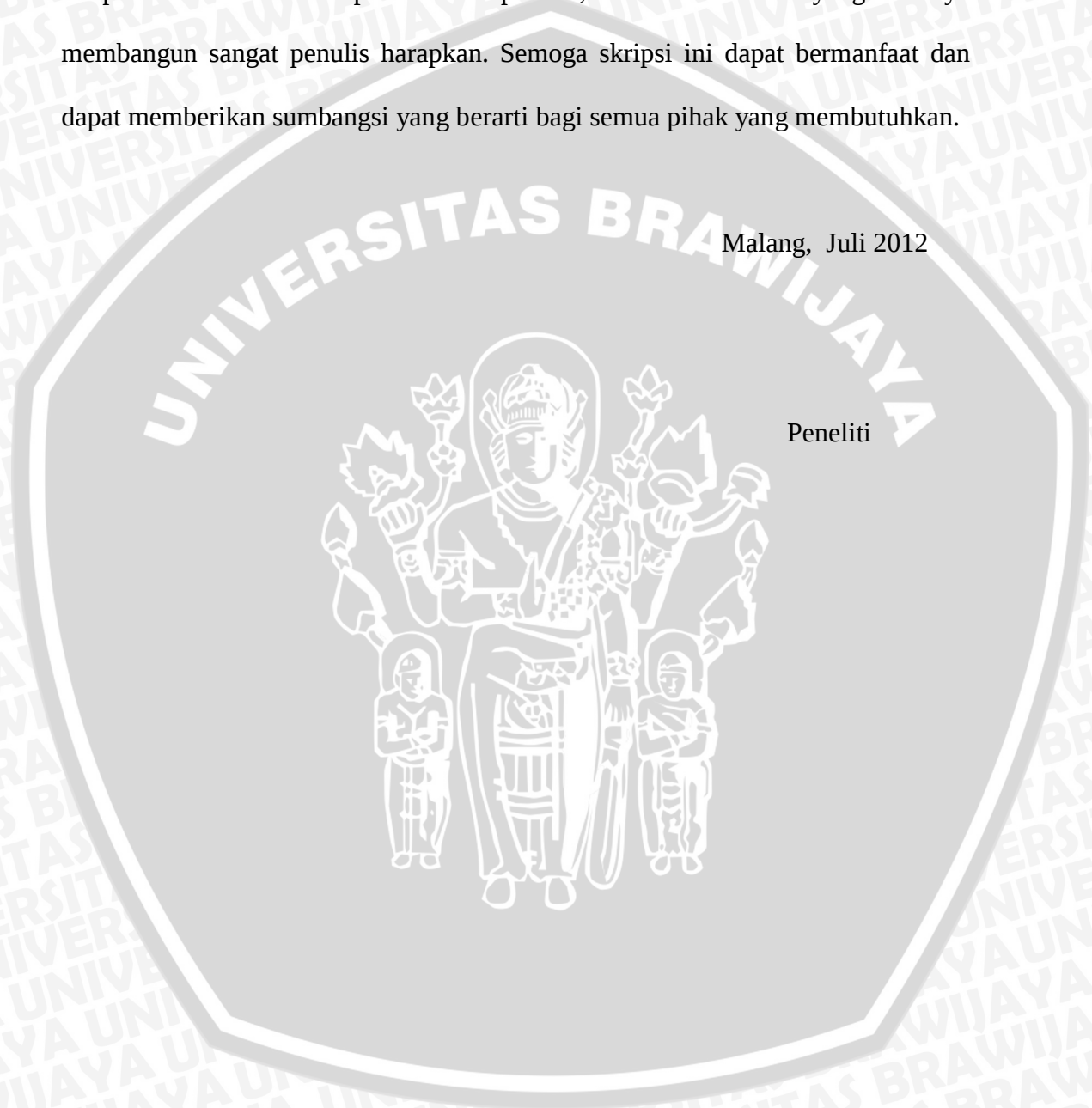
1. Yth. Bapak Prof. Dr. Sumartono, MS, selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
2. Yth. Bapak Dr. Kusdi Raharjo, D.E.A, selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
3. Yth. Bapak Drs. Rustam Hidayat, M.Si, selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.

4. Yth. Bapak Drs. Wilopo, MAB, selaku dosen pembimbing ketua yang telah memberikan saran dan masukan demi terselesaikannya skripsi ini.
5. Yth. Ibu Sunarti, S. Sos, MAB, selaku dosen pembimbing Anggota yang telah memberikan saran dan masukan demi terselesaikannya skripsi ini.
6. Kedua Orang Tuaku Tercinta (Ibuk dan Almarhum Abahku) yang tidak lelah dan tiada hentinya selalu memanjatkan do'a, dan memberikan kasih sayang tiada batasnya. Maaf jika putramu ini selalu berbuat salah. Dan Semoga Allah selalu melindungimu. Amin.
7. Para dosen dan seluruh staf administrasi jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang yang telah memberikan ilmu kepada peneliti selama ini.
8. Semua keluarga yang ada di Tulungagung, Pak Poh, Mbak Yin, Mbah Uti, Mbah Kakong, Mas Amru, Mbak rini, Helmi, A'la, dan Adek Alma terima kasih atas segala dukungan, do'a , semangat dan perhatian yang telah diberikan.
9. Sahabat-sahabatku satu perjuangan, Agus, Al Fariz, Fares, Azhar, Brilian, Rica, Ama, dan Sawung. Terima kasih telah menjadi teman, telah berbagi ilmu, pengalaman dan perjuangan.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan demi terselesaikannya skripsi ini. Demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat memberikan sumbangsi yang berarti bagi semua pihak yang membutuhkan.

Malang, Juli 2012

Peneliti



## DAFTAR ISI

|                                                     | Halaman      |
|-----------------------------------------------------|--------------|
| MOTTO.....                                          | i            |
| TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI .....                     | ii           |
| TANDA PENGESAHAN SKRIPSI .....                      | iii          |
| PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....               | iv           |
| RINGKASAN .....                                     | v            |
| HALAMAN PERSEMBAHAN.....                            | vi           |
| KATA PENGANTAR .....                                | vii          |
| DAFTAR ISI.....                                     | x            |
| DAFTAR TABEL .....                                  | xiii         |
| DAFTAR GAMBAR .....                                 | xiv          |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                               | xv           |
| <br><b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>                  | <br><b>1</b> |
| A. Latar Belakang .....                             | 1            |
| B. Perumusan Masalah.....                           | 5            |
| C. Tujuan Penelitian.....                           | 6            |
| D. Kontribusi Hasil Penelitian .....                | 6            |
| 1. Aspek Akademis.....                              | 6            |
| 2. Aspek Praktis.....                               | 7            |
| E. Sistematika Pembahasan .....                     | 7            |
| <br><b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>             | <br><b>9</b> |
| A. Penelitian Terdahulu .....                       | 9            |
| 1. Iber (2009).....                                 | 9            |
| 2. Aji (2011) .....                                 | 10           |
| 3. Yonanda (2011).....                              | 11           |
| B. Merek .....                                      | 12           |
| 1. Pengertian Merek .....                           | 12           |
| 2. Elemen Merek .....                               | 14           |
| 3. Karakteristik Merek.....                         | 15           |
| 4. Manfaat Merek .....                              | 15           |
| 5. Pemosisian Merek .....                           | 17           |
| 6. Strategi Merek.....                              | 19           |
| C. Asosiasi Merek ( <i>Brand Association</i> )..... | 20           |
| 1. Pengertian Asosiasi Merek.....                   | 20           |
| 2. Fungsi dan Manfaat Asosiasi Merek .....          | 21           |
| 3. Acuan Asosiasi Merek.....                        | 22           |

|                                                                                      |           |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 4. Pemilihan Asosiasi Merek dan Memposisikannya .....                                | 23        |
| 5. Menciptakan Asosiasi Merek .....                                                  | 26        |
| 6. Komponen Asosiasi Merek .....                                                     | 28        |
| 7. Asosiasi Organisasi ( <i>Organizational Association</i> ) .....                   | 31        |
| D. Proses Keputusan Pembelian .....                                                  | 31        |
| 1. Peran Konsumen dalam Membeli .....                                                | 31        |
| 2. Jenis Tingkah Laku Keputusan Pembelian .....                                      | 32        |
| 3. Tahap-tahap Proses Keputusan Pembelian .....                                      | 32        |
| E. Hubungan Asosiasi Merek dengan Keputusan Pembelian.....                           | 34        |
| F. Model Konsep dan Hipotesis .....                                                  | 36        |
| 1. Model Konsep .....                                                                | 36        |
| 2. Model Hipotesis .....                                                             | 36        |
| G. Mapping Penelitian Terdahulu .....                                                | 38        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>                                               | <b>41</b> |
| A. Jenis Penelitian .....                                                            | 41        |
| B. Lokasi Penelitian .....                                                           | 42        |
| C. Konsep, Variabel, Definisi Operasional dan Pengukurannya .....                    | 42        |
| 1. Konsep .....                                                                      | 42        |
| 2. Variabel .....                                                                    | 43        |
| 3. Definisi Operasional .....                                                        | 43        |
| 4. Skala Pengukuran .....                                                            | 46        |
| D. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....                              | 47        |
| 1. Populasi .....                                                                    | 47        |
| 2. Sampel .....                                                                      | 48        |
| 3. Teknik Pengambilan Sampel.....                                                    | 48        |
| E. Teknik Pengumpulan Data .....                                                     | 49        |
| 1. Sumber Data .....                                                                 | 49        |
| 2. Metode Pengumpulan Data .....                                                     | 49        |
| 3. Instrumen Penelitian .....                                                        | 49        |
| F. Uji Validitas dan Reabilitas.....                                                 | 50        |
| 1. Uji Validitas.....                                                                | 50        |
| 2. Uji Reabilitas .....                                                              | 51        |
| 3. Rekapitulasi Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....                            | 52        |
| a. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kualitas<br>Produk ( $X_1$ ).....   | 52        |
| b. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Harga ( $X_2$ ).....                | 52        |
| c. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel<br>Emosional ( $X_3$ ).....         | 53        |
| d. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel<br>Kemudahan ( $X_2$ ).....         | 54        |
| e. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Keputusan<br>Pembelian ( $Y$ )..... | 55        |
| G. Teknik Analisis Data .....                                                        | 55        |
| 1. Analisis Statistik Deskriptif.....                                                | 56        |
| 2. Analisis Regresi Linier Berganda.....                                             | 56        |

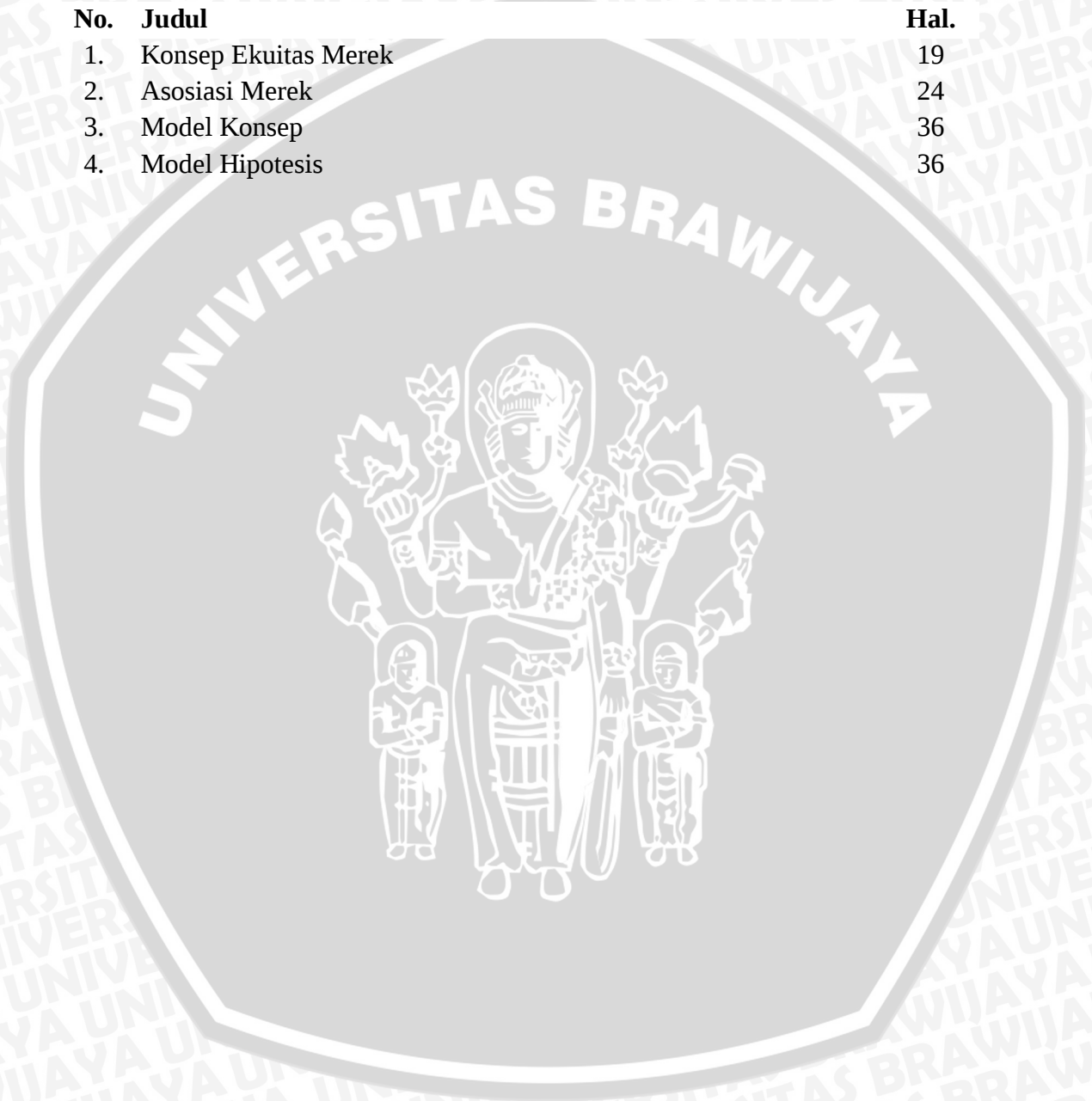
|                                                             |           |
|-------------------------------------------------------------|-----------|
| 3. Analisis Regresi Parsial.....                            | 58        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>                     | <b>60</b> |
| A. Penyajian Data.....                                      | 60        |
| 1. Gambaran Umum Fakultas Ilmu Administrasi.....            | 60        |
| 2. Gambaran Umum Air Minum Mineral <i>Aqua</i> .....        | 60        |
| a. Sejarah <i>Aqua</i> .....                                | 60        |
| 3. Gambaran Umum Responden.....                             | 62        |
| a. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....     | 62        |
| b. Distribusi Responden Berdasarkan Usia .....              | 63        |
| c. Distribusi Responden Berdasarkan Uang Saku per Bulan ... | 63        |
| B. Analisis dan Interpretasi Data.....                      | 64        |
| 1. Analisis Deskriptif.....                                 | 64        |
| a. Variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ).....                  | 65        |
| b. Variabel Harga ( $X_2$ ).....                            | 67        |
| c. Variabel Emosional ( $X_3$ ) .....                       | 68        |
| d. Variabel Kemudahan ( $X_4$ ) .....                       | 70        |
| e. Variabel Keputusan Pembelian ( $Y$ ) .....               | 71        |
| 2. Analisis Regresi Linier Berganda.....                    | 73        |
| 3. Analisis Regresi Parsial .....                           | 76        |
| 4. Uji Hipotesis.....                                       | 78        |
| C. Pembahasan .....                                         | 80        |
| 1. Variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ).....                  | 84        |
| 2. Variabel Harga ( $X_2$ ).....                            | 84        |
| 3. Variabel Emosional ( $X_3$ ) .....                       | 85        |
| 4. Variabel Kemudahan ( $X_4$ ) .....                       | 86        |
| <b>BAB V PENUTUP .....</b>                                  | <b>87</b> |
| A. Kesimpulan .....                                         | 87        |
| B. Saran .....                                              | 88        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                 | <b>90</b> |
| <b>LAMPIRAN</b>                                             |           |

## DAFTAR TABEL

| No. | Judul                                                  | Hal. |
|-----|--------------------------------------------------------|------|
| 1.  | <i>Mapping</i> Penelitian Terdahulu                    | 38   |
| 2.  | Konsep, Variabel, Indikator dan Item                   | 45   |
| 3.  | Skor Alternatif Jawaban                                | 47   |
| 4.  | Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Kualitas Produk     | 52   |
| 5.  | Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Harga               | 53   |
| 6.  | Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Emosional           | 53   |
| 7.  | Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Kemudahan           | 54   |
| 8.  | Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Keputusan Pembelian | 55   |
| 9.  | Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi                | 58   |
| 10. | Distribusi Jenis Kelamin Responden                     | 62   |
| 11. | Distribusi Usia Responden                              | 63   |
| 12. | Distribusi Uang Saku per Bulan Responden               | 64   |
| 13. | Distribusi Frekuensi Jawaban Kualitas Produk           | 65   |
| 14. | Distribusi Frekuensi Jawaban Harga                     | 67   |
| 15. | Distribusi Frekuensi Jawaban Emosional                 | 68   |
| 16. | Distribusi Frekuensi Jawaban Kemudahan                 | 70   |
| 17. | Distribusi Frekuensi Jawaban Keputusan Pembelian       | 71   |
| 18. | Rekapitulasi Hasi Uji Regresi Linier Berganda          | 74   |

## DAFTAR GAMBAR

| No. | Judul                | Hal. |
|-----|----------------------|------|
| 1.  | Konsep Ekuitas Merek | 19   |
| 2.  | Asosiasi Merek       | 24   |
| 3.  | Model Konsep         | 36   |
| 4.  | Model Hipotesis      | 36   |



## DAFTAR LAMPIRAN

| No. | Judul                                   | Hal. |
|-----|-----------------------------------------|------|
| 1.  | Surat Ijin Riset Penelitian             | 92   |
| 2.  | Kuesioner                               | 93   |
| 3.  | Data Responden                          | 98   |
| 4.  | Uji Validitas Reliabilitas 83 Responden | 100  |
| 5.  | Rekapitulasi Jawaban Responden          | 102  |
| 6.  | Distribusi Frekuensi Jawaban Responden  | 104  |
| 7.  | Uji Validitas dan Reabilitas            | 109  |
| 8.  | Uji Regresi Linier Berganda             | 113  |
| 9.  | F Tabel                                 | 114  |
| 10. | T Tabel                                 | 115  |
| 11. | Curriculum Vitae                        | 116  |