

**PENGARUH ASOSIASI MEREK, CITRA MEREK DAN
KESADARAN MEREK TERHADAP EKUITAS MEREK
PRODUK MINYAK GORENG SUNCO**

(Studi Kasus pada Pelanggan Mini Market Tama Febri di Solok Selatan)

SKRIPSI



Oleh:

MARTINO WAHYU PRATAMA

1710011211043

Dosen Pembimbing

Irda, S.E., MA

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUNG HATTA**

2022

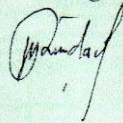
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini pembimbing skripsi dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung hatta menyatakan :

Nama : Martino Wahyu Pratama
Npm : 1710011211043
Program Studi : Strata Satu (S1)
Jurusan : Manajemen
Judul skripsi : Pengaruh Asosiasi Merek, Citra Merek dan Kesadaran Merek Terhadap Ekuitas Merek Produk Minyak Goreng Sunco (Studi Kasus Pada Pelanggan Mini Market Tama Febri di Solok Selatan).

Telah disetujui skripsi ini sesuai prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku dan telah dinyatakan LULUS dalam ujian komprehensif pada hari Kamis tanggal, 24 Februari 2022.

Pembimbing Skripsi



Irda, S.E., MA

Disetujui Oleh
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bung hatta



Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

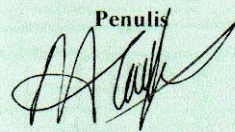
Nama : Martino Wahyu Pratama
NPM : 1710011211043
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Asosiasi Merek, Citra Merek dan Kesadaran Merek Terhadap Ekuitas Merek Produk Minyak Goreng Sunco (Studi Kasus Pada pelanggan Mini Market Tama Febri)” adalah benar hasil karya tulis saya sendiri yang disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.

Dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan bagian tertentu yang saya peroleh dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Padang, 24 Februari 2022

Penulis


(MARTINO WAHYU PRATAMA)

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Puji syukur Alhamdulillah penulis ucapkan terlebih dahulu kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan Anugrah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “PENGARUH ASOSIASI MEREK, CITRA MEREK DAN KESADARAN MEREK TERHADAP EKUITAS MEREK PRODUK MINYAK GORENG SUNCO”.

Shalawat beserta salam sama-sama disampaikan kepada junjungan kita yakni Nabi Muhammad SAW yang senantiasa memberikan suritauladan yang baik kepada umat semesta alam dan khususnya penulis dalam mengerjakan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak mendapat bantuan, dorongan beserta bimbingan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT (ini adalah rahmat dan anugerah yang paling berarti dalam hidup penulis, Allah yang selalu mempermudah dan melancarkan semua urusan-urusan perkuliahan sehingga menjadikan penulis sebagai sarjana Ekonomi dan manusia yang berakal dengan menjadikan AL-Qur'an sebagai pedoman hidup).

2. Kepada orang tua tercinta, terutama kepada ibunda tersayang ibunda Sity Khodijah dan ayahanda Tukino, serta Adik Febrintino Dwi Awan yang selalu mendoakan penulis, memberikan motivasi, baik dalam segi moral maupun materil dan semangat yang tiada hentinya serta dukungan bagi penulis baik dalam pembuatan skripsi maupun perkuliahan penulis.
3. Bapak prof. Dr. Tafdil Husni, S.E., MBA selaku Rektor Universitas Bung Hatta.
4. Ibu Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta dan Ibu Herawati, S.E., M.Si., Ak., CA selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
5. Ibu Lindawati, S.E, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta.
6. Bapak Purbo Jadmiko, S.E., M.Sc selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
7. Ibu Irda, S.E., MA selaku pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya dalam memberikan bimbingan baik berupa ilmu, baik itu selama perkuliahan maupun selama proses bimbingan skripsi dengan meluangkan waktu, petunjuk maupun saran-saran dan pendapat yang sangat penulis butuhkan dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan semasa perkuliahan dan para karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta yang memberikan bantuan dan kelancaran dalam kepengurusan skripsi ini.

9. Kepada pacar saya Maharani Putri Ayu Harlanda senantiasa memberi semangat yang tak kunjung henti dalam menyelesaikan skripsi.
10. Kepada sahabat-sahabat terbaik saya yaitu keluarga seperjuangan skripsi kos tiara no. 5 Yatboy (Rahmad Hidayat), Emak Kita (M.Rifaldi), Coguik (Yoga Maha Putra), Bapak Tanker Indonesia (Arbi febrian), Ajay (Fajar Wana Bahari), Gaek (Rengga Agustio), Maksuhu (Ardi Choneary), Selebgram Rupit (Yayan Wijaya), Genji Pasisia (Rapi Putra) yang senantiasa membantu saat senang maupun susah dalam proses semasa kuliah sampai penyusunan skripsi ini dan juga yang selalu menyediakan store, dan terima kasih sekali lagi, kalian yang terbaik Lord Empire. Dan seluruh teman seangkatan Bp 17 Jurusan manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta. Yang senantiasa mendo'akan dan memberi semangat kepada saya untuk mengerjakan tugas kuliah dan selalu mengingatkan saya dalam hal apapun dan yang selalu ada disaat bahagia dan terpuruk yang tidak bisa saya tuliskan satu persatu.

Padang, 18 Februari 2022

Penulis,

Martino Wahyu Pratama

PENGARUH ASOSIASI MEREK, CITRA MEREK DAN KESADARAN MEREK TERHADAP EKUITAS MEREK PRODUK MINYAK GORENG SUNCO

(Studi Kasus pada Pelanggan Mini Market Tama Febri di Solok Selatan)

Martino Wahyu Pratama, Irda

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta

E-mail: martinowahyupratama781@gmail.com, irda@bunghatta.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh asosiasi merek, citra merek dan kesadaran merek terhadap ekuitas merek minyak goreng sunco di solok selatan. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja minyak goreng sunco. Teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 80 responden. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda yang diolah menggunakan program SPSS versi 20. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa asosiasi merek dan kesadaran merek secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap ekuitas merek minyak goreng di solok selatan. Citra merek berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap ekuitas merek minyak goreng di solok selatan.

Kata Kunci: Asosiasi Merek, Citra Merek, Kesadaran Merek, Ekuitas Merek

THE EFFECT OF BRAND ASSOCIATIONS, BRAND IMAGE AND BRAND AWARENESS ON BRAND EQUITY OF SUNCO COOKING OIL PRODUCTS

(Case Study : Tama Febri Mini Market Customers in South Solok)

Martino Wahyu Pratama, Irda

Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Bung Hatta
University

E-mail: martinowahyupratama781@gmail.com, irda@bunghatta.ac.id

ABSTRAK

This study aims to determine and analyze the effect of brand associations, brand image and brand awareness on brand equity of Sunco cooking oil in South Solok. This research is a quantitative research and uses primary data obtained from questionnaires. The population of this research is consumers who shop for sunco cooking oil. The sampling technique was purposive sampling with a total sample of 80 respondents. The data analysis method used multiple linear regression analysis which was processed using the SPSS version 20 program. The results of the study showed that brand associations and brand awareness partially had a positive and significant effect on brand equity of cooking oil in South Solok. Brand image has a positive and insignificant effect on brand equity of cooking oil in South Solok.

Keywords: Brand Association, Brand Image, Brand Awareness, Brand Equity

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB II KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Literatur.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Ekuitas Merek	Error! Bookmark not defined.
2.1.1.1 Pengertian Ekuitas Merek	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Asosiasi Merek.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.2.1 Pengertian Asosiasi Merek	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 Citra Merek	Error! Bookmark not defined.
2.1.3.1 Pengertian Citra Merek	Error! Bookmark not defined.
2.1.4 Kesadaran Merek	Error! Bookmark not defined.
2.1.4.1 Pengertian Kesadaran Merek	Error! Bookmark not defined.
2.2 Pengembangan Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.1 Pengaruh Asosiasi Merek Terhadap Ekuitas Merek ...	Error! Bookmark not defined.

2.2.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Ekuitas Merek... **Error! Bookmark not defined.**

2.2.3 Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Ekuitas Merek .**Error! Bookmark not defined.**

2.3 Kerangka Konseptual.....**Error! Bookmark not defined.**

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....**Error! Bookmark not defined.**

3.2 Populasi dan Sampel.....**Error! Bookmark not defined.**

3.2.1 Populasi.....**Error! Bookmark not defined.**

3.2.2 Sampel.....**Error! Bookmark not defined.**

3.2.3 Teknik pengambilan sampel**Error! Bookmark not defined.**

3.3 Teknik Pengumpulan Data**Error! Bookmark not defined.**

3.4 Jenis Data dan Sumber Data.**Error! Bookmark not defined.**

3.4.1 Jenis data.....**Error! Bookmark not defined.**

3.4.2 Sumber data**Error! Bookmark not defined.**

3.5 Definisi Operasional Variabel**Error! Bookmark not defined.**

3.5.1 Ekuitas Merek (Y).....**Error! Bookmark not defined.**

3.5.1.1 Indikator Ekuitas Merek**Error! Bookmark not defined.**

3.5.2 Asosiasi Merek (X_1).....**Error! Bookmark not defined.**

3.5.2.1 Indikator Asosiasi Merek**Error! Bookmark not defined.**

3.5.3 Citra Merek (X_2)**Error! Bookmark not defined.**

3.5.3.1 Indikator Citra Merek**Error! Bookmark not defined.**

3.5.4 Kesadaran Merek (X_3)**Error! Bookmark not defined.**

3.5.4.1 Indikator Kesadaran Merek.....**Error! Bookmark not defined.**

3.6 Pengukuran Instrumen**Error! Bookmark not defined.**

3.7 Teknik Analisis Data**Error! Bookmark not defined.**

3.7.1 Uji Validitas Dan Reliabilitas**Error! Bookmark not defined.**

3.7.1.1 Uji Validitas**Error! Bookmark not defined.**

3.7.1.2 Uji iReliabilitas**Error! Bookmark not defined.**

3.7.2 Analisis Deskriptif	Error! Bookmark not defined.
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	Error! Bookmark not defined.
3.7.3.1 Uji iNormalitas.....	Error! Bookmark not defined.
3.7.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	Error! Bookmark not defined.
3.7.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	Error! Bookmark not defined.
3.7.6 Uji F-Statistik.....	Error! Bookmark not defined.
3.7.7 Uji Hipotesis (Uji t-Statistik)	Error! Bookmark not defined.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.1.1 Response Rate	Error! Bookmark not defined.
4.1.2 Profil Responden.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
4.1.3.1 Ekuitas Merek	Error! Bookmark not defined.
4.1.3.2 Asosiasi Merek.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.3.3 Citra Merek	Error! Bookmark not defined.
4.1.3.4 Kesadaran Merek	Error! Bookmark not defined.
4.1.5 Analisis Deskriptif	Error! Bookmark not defined.
4.1.5.1 Ekuitas Merek	Error! Bookmark not defined.
4.1.5.2 Asosiasi Merek.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.5.3 Citra Merek	Error! Bookmark not defined.
4.1.5.4 Kesadaran Merek	Error! Bookmark not defined.
4.1.6 Uji Asumsi Klasik.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.6.1 Uji Normalitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.6.2 Uji Linearitas	Error! Bookmark not defined.
4.1.6.3 Uji Multikolinearitas	Error! Bookmark not defined.
4.1.6.4 Uji Heteroskedastisitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.7 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	Error! Bookmark not defined.
4.1.8 Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.

4.1.8.1 Uji F	Error! Bookmark not defined.
4.1.8.2 Uji T	Error! Bookmark not defined.
4.2 Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
4.2.1 Pengaruh Asosiasi Merek terhadap Ekuitas Merek	Error! Bookmark not defined.
4.2.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Ekuitas Merek...	Error! Bookmark not defined.
4.2.3 Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Ekuitas Merek .	Error! Bookmark not defined.
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
5.2 Implikasi Penelitian	Error! Bookmark not defined.
5.3 Keterbatasan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
5.4 Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

<u>Tabel 1.1 Data Perbandingan <i>TOP BRAND INDEX</i> Minyak Goreng</u>	<u>5</u>
<u>Tabel 1.2 Data Survei Awal Ekuitas Merek Minyak Goreng Sunco</u>	<u>6</u>
<u>Tabel 3.1 Kriteria Tingkat Capaian Responden(TCR)</u>	<u>23</u>
<u>Tabel 4.1 <i>Response Rate</i></u>	<u>28</u>
<u>Tabel 4.2 Profil Responden.....</u>	<u>29</u>
<u>Tabel 4.3 Hasil <i>Validitas</i> dan <i>Reliabilitas</i> Variabel Ekuitas Merek</u>	<u>31</u>
<u>Tabel 4.4 Hasil <i>Validitas</i> dan <i>Reliabilitas</i> Variabel Asosiasi Merek.....</u>	<u>32</u>
<u>Tabel 4.5 Hasil <i>Validitas</i> dan <i>Reliabilitas</i> Variabel Citra Merek</u>	<u>33</u>
<u>Tabel 4.6 Hasil <i>Validitas</i> dan <i>Reliabilitas</i> Variabel Kesadaran Merek</u>	<u>34</u>
<u>Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Ekuitas Merek.....</u>	<u>36</u>
<u>Tabel 4.8 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Asosiasi Merek</u>	<u>37</u>
<u>Tabel 4.9 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek.....</u>	<u>38</u>
<u>Tabel 4.10 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kesadaran Merek.....</u>	<u>39</u>
<u>Tabel 4.11 Hasil Pengujian Normalitas</u>	<u>40</u>
<u>Tabel 4.12 Hasil Uji Linearitas</u>	<u>41</u>
<u>Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas Setelah Data Dinormalkan.....</u>	<u>41</u>
<u>Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas.....</u>	<u>42</u>
<u>Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas</u>	<u>43</u>
<u>Tabel 4.16 Hasil Koefisien Determinasi</u>	<u>44</u>
<u>Tabel 4.17 Hasil Uji F.....</u>	<u>45</u>
<u>Tabel 4.18 Hasil Uji T.....</u>	<u>46</u>

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	14
--------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner Penelitian	54
Lampiran II Tabulasi Data	58
Lampiran III Olahan Data	59