

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh ekuitas merek yang terdiri dari Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas, dan Loyalitas Merek sebagai variabel independen terhadap keputusan memilih Tarung Derajat Bandung sebagai variabel dependen. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 30 responden yang merupakan para praktisi Tarung Derajat Bandung. Pengumpulan data dilakukan dengan pembagian kuesioner dan wawancara kepada responden. Pengolahan data menggunakan program SPSS 16. Metode analisis data menggunakan metode *chi-square*. Dari analisis data menunjukkan bahwa Asosiasi Merek dan Persepsi Kualitas berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Memilih Tarung Derajat Bandung yang mengeluarkan hasil masing-masing sebesar 0,047 dan 0,031 sedangkan Kesadaran Merek dan Loyalitas Merek tidak mempengaruhi keputusan memilih Tarung Derajat Bandung

Kata Kunci: Ekuitas Merek, Keputusan Memilih



ABSTRACT

This study aims to assess and analyze the effect of Brand Equity which consist of Brand Awareness, Brand Associations, Perceived Quality, and Brand Loyalty as the independent variables towards Purchase Decision in Tarung Derajat Bandung Purchasing Decision as the dependent variable. This research is a descriptive and verifikatif research. This study took a sample of 30 respondents who are the practitioners of Tarung Derajat Bandung. The data collection is done by distributing questionnaires to the respondents using and interviewing the respondents. The data processing was using SPSS 16. Methods of data analysis using chi-square method. The results of data analysis revealed that there is the influence of Brands Associations and Perceived Quality to the purchasing decision Tarung Derajat Bandung branch that is equal to 0,047 and 0,031 meanwhile Brand Awareness and Brand Loyalty doesn't influence to purchasing Decision

Keywords: Brand Equity, Purchasing Decision



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR FOTO.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Teori Penunjang	5
2.1.1 Pemasaran	5
2.1.2 Manajemen Pemasaran	6
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	6
2.1.3.1 Alat-Alat Bauran Pemasaran.....	7
2.1.4 Startegi Merek.....	8
2.1.4.1 Definisi Merek	8
2.1.4.2 Peran Merek	8
2.1.4.3 Ruang Lingkup Penetapan Merek (Branding).....	8
2.1.4.4 Definisi Ekuitas Merek	9
2.1.4.5 Model Ekuitas Merek.....	10
2.1.4.6 Dimensi Ekuitas Merek.....	13
2.1.4.7 Penggerak Ekuitas Merek	16
2.1.4.8 Memilih Elemen Merek	16
2.1.4.9 Merancang Kegiatan Pemasaran Holistik.....	17
2.1.4.10 Mengangkat Asosiasi Sekunder.....	18
2.1.4.11 Mengukur Ekuitas Merek	19
2.1.4.12 Mengelola Ekuitas Merek	19
2.1.4.13 Merencanakan Strategi Penetapan Merek (Branding Strategy)...	20
2.1.4.14 Diferensiasi Jasa.....	23
2.1.4.15 Minat Beli	24
2.1.4.16 Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli	25

2.1.4.17 Perilaku Konsumen.....	27
2.1.4.18 Proses keputusan pembelian: Model Lima Tahap	29
2.1.4.19 Riset Empiris.....	32
2.2 Kerangka Teori	33
2.3 Kerangka Pemikiran.....	34
2.4 Hipotesis dan Model Penelitian.....	35

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	36
3.2 Metode Penelitian	36
3.2.1 Riset Deskriptif.....	36
3.2.2 Riset Komparatif.....	37
3.2.3 Riset Asosiatif.....	37
3.3 Populasi Dan Sampel Penelitian	37
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	38
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.6 Uji Statistik T (Parsial)	39
3.7 Persentil.....	39
3.8 Chi Square.....	40
3.9 Kategori Titik Potong	41

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	43
4.1.1 Data Kuantitatif.....	43
4.1.1.1 Profil Responden.....	43
4.1.1.1.1 Jenis Kelamin.....	43
4.1.1.1.2 Usia	44
4.1.1.1.3 Pekerjaan.....	45
4.1.1.1.4 Pendapatan Per-bulan.....	46
4.1.1.1.5 Lama Berlatih.....	47
4.1.1.1.6 Uji pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i>	48
4.1.1.1.7 Uji pengaruh <i>Brand Associations</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i>	50
4.1.1.1.8 Uji pengaruh <i>Perceived Quality</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i>	52
4.1.1.1.9 Uji pengaruh <i>Brand Loyalty</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i>	54
4.1.2 Data Kualitatif	56
4.1.2.1 Satlat UPI	56
4.1.2.2 Satlat UNJANI Bandung	68
4.1.2.3 Satlat ITB	78
4.1.2.4 Satlat TSM Tenant	88
4.1.2.5 Satlat UNLA	100
4.1.2.6 Satlat UNISBA	110
4.2 Jenis-jenis Informan dan Persepsinya terhadap Keputusan Memilih.....	120
4.3 Pembahasan.....	125
4.3.1 Pembahasan Kuantitatif	125
4.3.2 Pembahasan Kualitatif	126

BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	127
5.2 Keterbatasan Penelitian... ..	128
5.3 Implikasi Penelitian.....	128
5.4 Saran.	129
DAFTAR PUSTAKA	131
LAMPIRAN.....	133
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (<i>CURRICULUM VITAE</i>).....	150



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Piramida Brand Awareness.....	14
Gambar 2.2 Kerangka Teori.....	33
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	34
Gambar 2.4 Model Penelitian.....	35



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu32
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel38
Tabel 3.2	Hasil Olah Data Persentil41
Tabel 4.1	Jenis Kelamin43
Tabel 4.2	Usia Responden44
Tabel 4.3	Pekerjaan45
Tabel 4.4	Pendapatan per-bulan46
Tabel 4.5	Lama Berlatih47
Tabel 4.6	Crosstab Brand Awareness48
Tabel 4.7	Chi-Square Test Brand Awareness terhadap Purchase Decision49
Tabel 4.8	Crosstab Brand Associations50
Tabel 4.9	Chi-Square Test Brand Associations terhadap Purchase Decision51
Tabel 4.10	Crosstab Perceived Quality52
Tabel 4.11	Chi-Square Test Perceived Quality terhadap Purchase Decision53
Tabel 4.12	Crosstab Brand Loyalty54
Tabel 4.13	Chi-Square Brand Loyalty terhadap Purchase Decision55



DAFTAR FOTO

Foto 4.1	Satlat UPI.....	56
Foto 4.2	Satlat UNJANI BANDUNG.....	68
Foto 4.3	Satlat ITB.....	78
Foto 4.4	Satlat TSM Tenant	88
Foto 4.5	Satlat UNLA.....	100
Foto 4.6	Satlat UNISBA.....	110



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Kuesioner.....	108
Lampiran B Olah Data.....	114
Lampiran B Foto.....	118
Lampiran D Surat Keterangan.....	124

