



**PENGARUH ASOSIASI MEREK, EKUITAS MEREK, KUALITAS
PRODUK DAN REPUTASI PERUSAHAAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK SEPATU DONATELLO
(STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS ANGKATAN 2020)**

Oleh:

EUGINE FICCA ALICIA

202011370

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

2024



**PENGARUH ASOSIASI MEREK, EKUITAS MEREK, KUALITAS
PRODUK DAN REPUTASI PERUSAHAAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK SEPATU DONATELLO
(STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS ANGKATAN 2020)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Oleh:

EUGINE FICCA ALICIA

202011370

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

2024

**PENGARUH ASOSIASI MEREK, EKUITAS MEREK, KUALITAS
PRODUK DAN REPUTASI PERUSAHAAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK SEPATU DONATELLO
(STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS ANGKATAN 2020)**

Nama : Eugene Ficca Alicia

NIM : 202011370

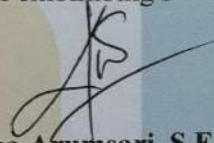
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian

Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus,.....

Pembimbing I



(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.)

NIDN. 0628048702

Pembimbing II



(Agung Subono, S.E., M.Si.)

NIDN. 0520017602

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.)

NIDN. 0024037701

**PENGARUH ASOSIASI MEREK, EKUITAS MEREK, KUALITAS
PRODUK DAN REPUTASI PERUSAHAAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK SEPATU DONATELLO
(STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS ANGKATAN 2020)**

Nama : Eugene Ficca Alicia

NIM : 202011370

Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

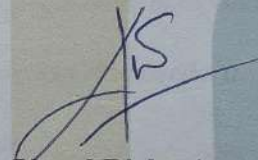
Kudus,.....

Mengetahui,
Ketua Program Studi



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.)
NIDN. 0024037701

Pembimbing I



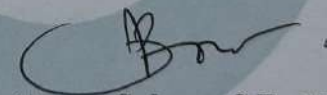
(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.)
NIDN. 0628048702

Mengetahui,
Dekan




(Dr. Kertati Sumekar, S. E., M. M.)
NIDN. 0616077304

Pembimbing II



(Agung Subono, S.E., M.Si.)
NIDN. 0520017602

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”

(QS: Al-Insyirah Ayat 5-6)

“Selalu ada harga dalam setiap proses, nikmati saja lelah-lelah tersebut, perlebar lagi rasa sabar, seluruh hal yang sudah kamu investasikan untuk membuat dirimu seperti apa yang kamu impikan mungkin tidak selalu berjalan dengan lancar. Namun, ombak-ombak tersebutlah yang nanti dapat kamu ceritakan.”

(Boy Candra)

“Keberuntungan hanya datang pada orang yang berani mencoba. Jika gagal maka perlu mencoba lagi. Tetap tekun dan berdo'a.”

(Buya Hamka)

Tiada lembar yang paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan. Skripsi ini saya persembahkan sebagai tanda bukti kepada orang tua tercinta, saudara, pasangan dan teman-teman yang selalu memberi support untuk menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Pertama-tama puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena atas Rahmat, hidayah, serta karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh asosiasi merek, ekuitas merek, kualitas produk dan reputasi perusahaan terhadap keputusan pembelian produk sepatu Donatello (Studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muria Kudus angkatan 2020). Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang Pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Banyak pihak yang turut membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini, sehingga penulis sangat berterimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si. selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing I dan Agung Subono, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah banyak memberikan ilmu kepada saya.
6. Kedua orang tua saya, Ayah Djoko Aprijanto dan Ibu Nor sholikah. Ketika dunia menutup pintunya pada saya, ayah dan ibu membuka lengannya untuk saya. Ketika orang-orang menutup telinga mereka untuk saya, mereka berdua

membuka hati untukku. Terima kasih karena selalu ada untukku. Terima kasih untuk doa-doa baik yang dipanjatkan, terimakasih untuk semangat, dukungan, motivasi dan hal baik lainnya.

7. Kakek dan Nenek saya, Bapak Murondi dan Ibu Tasmiyah. Terimakasih untuk banyak hal-hal baik, terimakasih untuk semangat, dukungan, motivasi serta doa-doa hebat kalian, terimakasih sekali lagi untuk segalanya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Orang spesial di hidup penulis, M.Akbarur Rizqi. Cinta dan motivasi yang telah kamu berikan mengajarku bagaimana mencintai diriku sendiri. Terima kasih sudah memberikan motivasi, dukungan, waktu, tenaga dan banyak hal sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.
9. Teman-teman penulis, baik teman kuliah satu angkatan, teman SMA serta saudara saya Fitri Ainun Nadhiroh. Terimakasih atas semangat, dukungan dan motivasi yang diberikan. Tidak lupa dengan kucing kesayangan saya yaitu Milo, Oreo dan Lecy yang selalu menghibur saya.
10. Dan yang terakhir untuk diri saya sendiri Eugene Ficca Alicia. Terima kasih sudah bertahan sampai sejauh ini. Terima kasih tetap berusaha dan merayakan dirimu sendiri sampai titik ini. Walaupun terkadang dirimu merasa putus asa atas apa yang kamu usahakan dan belum berhasil, namun terima kasih tetap menjadi manusia yang selalu berusaha dan terus mencoba untuk berhasil. Terima kasih sudah memutuskan untuk tidak menyerah meski sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dan telah menyelesaikan sebaik mungkin. Ini merupakan suatu pencapaian yang patut dirayakan untuk diri sendiri dan

berbahagialah selalu dimanapun kamu berada. Eugene Ficca Alicia, apapun kurang maupun lebihmu, mari rayakan untuk diri sendiri.

Kudus, 5 Juli 2024

Penulis,

Eugene Ficca Alicia

NIM: 202011370

**PENGARUH ASOSIASI MEREK, EKUITAS MEREK, KUALITAS
PRODUK DAN REPUTASI PERUSAHAAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK SEPATU DONATELLO
(STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS ANGKATAN 2020)**

EUGINE FICCA ALICIA

202011370

Pembimbing 1 : Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M

Pembimbing 2 : Agung Subono, S.E., M.M

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian adalah untuk menganalisis pengaruh asosiasi merek, ekuitas merek, kualitas produk dan reputasi perusahaan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk sepatu donatello (studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus angkatan 2020). Sampel yang digunakan dalam penelitian adalah 88 responden yang dipilih menggunakan teknik metode *purposive sampling*. Data dianalisis menggunakan aplikasi SPSS versi 25. Hasil yang diperoleh adalah: asosiasi merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, ekuitas merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dan reputasi perusahaan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk sepatu Donatello, yang artinya kualitas produk dan reputasi perusahaan yang diberikan oleh Donatello mampu meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Serta asosiasi merek, ekuitas merek, kualitas produk dan reputasi perusahaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk sepatu Donatello.

Kata kunci: Keputusan pembelian, asosiasi merek, ekuitas merek, kualitas produk dan reputasi perusahaan.

***THE INFLUENCE OF BRAND ASSOCIATIONS, BRAND EQUITY,
PRODUCT QUALITY AND COMPANY REPUTATION ON CONSUMER
PURCHASING DECISIONS ON DONATELLO SHOES PRODUCTS
(STUDY ON STUDENTS OF THE FACULTY OF ECONOMICS AND
BUSINESS, MURIA KUDUS UNIVERSITY, 2020)***

EUGINE FICCA ALICIA

202011370

Advisor 1 : Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.

Advisor 2 : Agung Subono, S.E., M.M

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT STUDY

PROGRAM

ABSTRACT

The aim of the research is to analyze the influence of brand associations, brand equity, product quality and company reputation on consumer purchasing decisions for Donatello shoe products (study of students at the Faculty of Economics and Business, Muria Kudus University class of 2020). The sample used in the research was 88 respondents selected using a purposive sampling method. Data were analyzed using the SPSS version 25 application. The results obtained were: brand associations had no effect on purchasing decisions, brand equity had no effect on consumer purchasing decisions, product quality had a positive and significant effect on consumer purchasing decisions and company reputation had no effect on purchasing decisions. consumers on Donatello shoe products, which means that the product quality and company reputation provided by Donatello are able to increase consumer purchasing decisions. As well as brand associations, brand equity, product quality and company reputation simultaneously have a positive and significant influence on consumer purchasing decisions for Donatello shoe products.

Key words: Purchasing decisions, brand associations, brand equity, product quality and company reputation.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup	7
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Pemasaran	12
2.1.2 Asosiasi Merek	13
2.1.3 Ekuitas Merek	16
2.1.4 Kualitas Produk	18
2.1.5 Reputasi Perusahaan	20
2.1.6 Keputusan Pembelian	22
2.2 Penelitian Terdahulu	27
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	31
2.4 Hipotesis Penelitian	32
2.4.1 Pengaruh Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian	32
2.4.2 Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian	33
2.4.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	33

2.4.5 Pengaruh Asosiasi Merek, Ekuitas Merek, Kualitas Produk dan Reputasi Perusahaan secara simultan Terhadap Keputusan Pembelian	3
5	
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1 Rancangan Penelitian	36
3.2 Definisi Operasional Variabel	37
3.2.1 Variabel Dependen	37
3.2.2 Variabel Independen	37
3.3 Jenis Dan Sumber Data	38
3.4 Populasi Dan Sampel	39
3.5 Pengumpulan Data	42
3.6 Pengolahan Data	44
3.7 Analisis data	44
3.7.1 Uji Instrumen Penelitian	45
3.7.1.2 Uji Reliabilitas	46
3.8 Uji Asumsi Klasik	46
3.8.1 Uji Normalitas	47
3.8.2 Uji Heteroskedastisitas	47
3.8.3 Uji Multikolinearitas	48
3.8.4 Analisis Regresi Linear Berganda	49
3.9 Uji Hipotesis	50
3.9.1 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	50
3.9.2 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	52
4.2 Penyajian Data	53
4.2.1 Karakteristik Responden	53
4.3 Uji Statistik deskriptif	57
4.4 Analisis Data	63
4.4.1 Hasil Uji Instrumen Data	63
4.4.2 Uji Asumsi Klasik	66
4.4.3 Uji Hipotesis	72
4.5 Pembahasan	76
4.5.1 Pengaruh Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian.	77
4.5.2 Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian	79

4.5.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	81
4.5.5 Pengaruh Asosisasi Merek, Ekuitas Merek, Kualitas Produk Dan Reputasi Perusahaan Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian	8
3	
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	84
5.1 Kesimpulan.....	84
5.2 Saran.....	85
DAFTAR PUSATAKA.....	88

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3. 1.....	40
Tabel 3. 2.....	43
Tabel 4.1.....	53
Tabel 4.2.....	54
Tabel 4.3.....	55
Tabel 4.4.....	56
Tabel 4.5.....	57
Tabel 4.6.....	58
Tabel 4.7.....	59
Tabel 4.8.....	60
Tabel 4.9.....	61
Tabel 4.10.....	62
Tabel 4.11.....	64
Tabel 4.12.....	66
Tabel 4.13.....	67
Tabel 4.14.....	68
Tabel 4.15.....	70
Tabel 4.16.....	71
Tabel 4.17.....	73
Tabel 4.18.....	76

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data Penjualan Sepatu Donatello Pada Tahun 2023	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	31



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN 1	91
KUESIONER PENELITIAN	92
LAMPIRAN 2	100
JAWABAN RESPONDEN	100
LAMPIRAN 3	116
HASIL ANALISIS	116
DOKUMENTASI.....	123