



**PENGARUH PERIKLANAN DAN PROMOSI PENJUALAN
TERHADAP EKUITAS MEREK PADA SHAMPO PANTENE
(STUDI KASUS PADA PELANGGAN UD. SUMBER PANGAN
DESA PASURUHAN KIDUL KECAMATAN JATI KABUPATEN
KUDUS)**

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

Oleh:

LILIS KUSMIATI

2010. 11. 023

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2014**

**PENGARUH PERIKLANAN DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP
EKUITAS MEREK PADA SHAMPO PANTENE**
(STUDI KASUS PADA PELANGGAN UD. SUMBER PANGAN DESA
PASURUHAN KIDUL KECAMATAN JATI KABUPATEN KUDUS)

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan di hadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.

Kudus,

2014

Mengetahui,

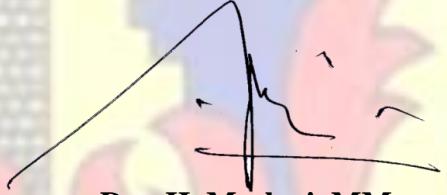
Ka. Progdi Manajemen



Noor Azis, SE, MM

NIS. 0610701000001179

Pembimbing I



Drs. H. Masluri, MM

NIP.195410101980031010

Mengetahui,

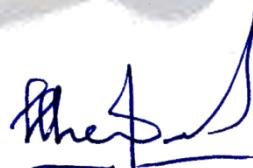
Dekan

Pembimbing II



Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM

NIS. 0610702010101021



Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM

NIS. 0610702010101021

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain).

(Surat Al-Insyirah Ayat 6 & 7)

Sungguh, bagi orang-orang yang bertaqwa disediakan surga yang penuh kenikmatan di sisi Tuhanmu.

(Surat Al-Qalam Ayat 34)

Persembahan:

1. Bapak dan Ibuku tersayang yang selalu memberikan nasehat, serta memberikan do'a dimanapun berada.
2. Kakak-kakakku dan adikku tersayang, yang selalu memberikan semangat.
3. Keluarga besarku tercinta
4. Teman-teman dan sahabat-sahabatku yang selalu mendukung.
5. Almamater UMK

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas Rahmat serta Hidayah-Nya yang telah diberikan. Sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi guna memenuhi syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata satu (S1) dan mendapat gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.

Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus sekaligus sebagai Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan selama penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Noor Azis, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.
3. Bapak Drs. H. Masluri, MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan selama penyusunan skripsi ini.
4. Bapak, Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah memberikan bekal berbagai ilmu pengetahuan.
5. Staf-staf di Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus terutama kepada Bu Titik yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi.
6. Ayah, Ibu, kakak dan adik tersayang serta keluarga besar yang tidak pernah lelah memberikan do'a, dukungan dan semangat dalam menyelesaikan studi serta menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Ibu Hj. Sumilah selaku pemilik UD. Sumber Pangan yang telah memberikan izin penelitian. Serta Mbak Susi yang telah membantu selama proses

penelitian.

8. Teman-temanku Tri Kurnia S., Ika Puspa Dewi, Muna'im, Evriana, Khuriah Anis F., Lestari Ikhawati dan Nurhadi yang selalu memberi dukungan.
9. Semua pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Semoga dengan bantuan dan kebaikan yang telah diberikan tersebut mendapat pahala dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa hasil penulisan skripsi ini jauh dari sempurna, namun penulis telah berusaha dengan segenap pikiran dan kemampuan agar dapat menyusun skripsi ini dengan baik. Akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga hasil skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.



Kudus,

2014

Penulis

LILIS KUSMIATI

2010. 11. 02

**PENGARUH PERIKLANAN DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP
EKUITAS MEREK PADA SHAMPO PANTENE
(STUDI KASUS PADA PELANGGAN UD. SUMBER PANGAN DESA
PASURUHAN KIDUL KECAMATAN JATI KABUPATEN KUDUS)**

LILIS KUSMIATI
2010. 11. 023

Pembimbing 1: Drs. H. Masluri, MM
Pembimbing 2: Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM

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

ABSTRAKSI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana pengaruh periklanan dan promosi penjualan terhadap ekuitas merek. Jenis dan sumber data meliputi data primer dan data sekunder, sampel yang digunakan sebanyak 100 responden, pengumpulan data menggunakan kuesioner dan observasi. Analisis data dalam penelitian menggunakan: 1) Analisis deskriptif, 2) analisis Kuantitatif meliputi regresi berganda dan uji hipotesis (uji t dan uji f). Hasil penelitian pada regresi berganda menghasilkan persamaan $Y = 11,126 + 0,248 X_1 + 0,517 X_2$.

Pada uji t, variabel periklanan (X_1) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap ekuitas merek (Y) Shampo Pantene secara parsial dengan hasil $t_{hitung} (2,641) > t_{tabel} (1,661)$ dan nilai signifikan sebesar $0,010 < 0,05 (5\%)$. Pada variabel promosi penjualan (X_2) juga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap ekuitas merek (Y) Shampo Pantene secara parsial. Besarnya pengaruh diperoleh dari $t_{hitung} (4,669) > t_{tabel} (1,661)$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05 (5\%)$.

Secara berganda (uji F), menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} (28,596) > F_{tabel} (3,09)$. Berarti variabel periklanan (X_1) dan promosi penjualan (X_2) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap ekuitas merek (Y) secara berganda.

Kata kunci: periklanan, promosi penjualan, ekuitas merek

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup	4
1.3. Perumusan Masalah	4
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Manfaat Penelitian	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Landasan Teori	6
2.1.1. Periklanan	6
2.1.1.1. Pengertian Periklanan	6
2.1.1.2. Tujuan Periklanan	7
2.1.1.3. Anggaran Iklan	9
2.1.1.4. Media Iklan	11
2.1.1.5. Indikator Periklanan	13

2.1.2. Promosi Penjualan	14
2.1.2.1. Pengertian Promosi Penjualan	14
2.1.2.2. Tujuan Promosi Penjualan	15
2.1.2.3. Alat Promosi Penjualan	16
2.1.2.4. Indikator Promosi Penjualan	19
2.1.3. Ekuitas Merek	19
2.1.3.1. Pengertian Merek	19
2.1.3.2. Pengertian Ekuitas Merek	20
2.1.3.3. Unsur-unsur Ekuitas Merek	23
2.1.3.4. Indikator Ekuitas Merek	25
2.2. Penelitian Terdahulu	26
2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis	28
2.4. Hipotesis	29
BAB III. METODE PENELITIAN	30
3.1. Rancangan Penelitian	30
3.2. Variabel Penelitian	30
3.2.1. Jenis Variabel	30
3.2.2. Definisi Operasional Variabel	31
3.3. Jenis dan Sumber Data	32
3.4. Penentuan Populasi dan Sampel	32
3.5. Pengumpulan Data	33
3.6. Uji Instrumen Data	34
3.7.1. Uji Validitas	34
3.7.2. Uji Reliabilitas	34

3.7. Pengolahan Data	34
3.8. Analisis Data	36
3.8.1. Analisis Deskriptif	36
3.8.2. Analisis Kuantitatif.....	36
3.8.2.1. Analisis Regresi Berganda	36
3.8.2.1. Uji Hipotesis	37
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	40
4.1.1. Sejarah UD. Sumber Pangan	40
4.2. Uji Instrumen Data	41
4.2.1. Uji Validitas	41
4.2.2. Uji Reliabilitas	43
4.3. Penyajian Data	44
4.3.1. Data Identitas Responden	44
4.3.2. Data Hasil Jawaban Responden Variabel Penelitian	47
4.4. Analisis Data	54
4.4.1. Analisis Deskriptif	54
4.4.1. Analisis Kuantitatif	55
3.8.2.1. Analisis Regresi Berganda	55
3.8.2.1. Uji Hipotesis	57
4.5. Pembahasan	62
4.5.1. Hasil Uji t	63
4.5.2. Hasil Uji F	65
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	66

5.1. Kesimpulan	66
5.2. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel. 2.1. Profil Jenis Media	12
Tabel. 2.2. Tinjauan Penelitian Terdahulu	26
Tebel. 3.1. Skor Atas Jawaban Kuesioner	35
Tabel. 4.1. Hasil Tryout Uji Validitas Kuesioner Variabel Periklanan ..	42
Tabel. 4.2. Hasil Tryout Uji Validitas Kuesioner Variabel Promosi Penjualan	42
Tabel. 4.3. Hasil Tryout Uji Validitas Kuesioner Variabel Ekuitas Merek	43
Tabel. 4.4. Hasil Tryout Uji Reliabilitas	44
Tabel. 4.5. Jenis Kelamin Responden	45
Tabel. 4.6. Umur Responden.....	46
Tabel. 4.7. Pekerjaan Responden	46
Tabel. 4.8. Alamat Responden	47
Tabel. 4.9. Hasil Jawaban Responden Variabel Periklanan.....	48
Tabel. 4.10. Hasil Jawaban Responden Variabel Promosi Penjualan.....	50
Tabel. 4.11. Hasil Jawaban Responden Variabel Ekuitas Merek	52
Tabel. 4.12. Hasil Statistik Deskriptif.....	54
Tabel. 4.13. Hasil Analisis Regresi Berganda.....	55
Tabel. 4.14. Hasil Uji t	57
Tabel. 4.15. ANOVA ^b	60
Tabel. 4.16. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	61

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar. 2.1. Lima M Iklan	7
Gambar. 2.2. Ekuitas Merek	23
Gambar. 2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis	28

