

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *BRAND IMAGE* DAN
BRAND ASSOCIATION TERHADAP *BRAND EQUITY*
PRODUK SUSU *BEAR BRAND* PADA MAHASISWA UMRAH**

**NURHANIZA
NIM. 160461201009**



**Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MARITIM RAJA ALI HAJI
TANJUNG PINANG
2023**

LEMBAR PENGESAHAN


Nama : Nurhaniza
Nim : 160461201009
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Awareness, Brand Image, Dan Brand Association* Terhadap *Brand Equity* Produk Susu *Bear Brand* Pada Mahasiswa UMRAH


Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dosen penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelas sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Hj. Iranita, S.E., M.Si.
NIP.197008272021212003



Kiki Wulandari, S.E., M.M
NIP.199201212019032018

Panitia Penguji


Nama	Jabatan	Tandatangan	Tanggal
<u>Bunga Paramita, S.E., M.Si.</u> NIDN.0012018402	Ketua Penguji		26/01/2023
<u>Hj. Iranita, S.E., M.Si.</u> NIP.197008272021212003	Penguji I		24/1/2023
<u>Roni Kurniawan, M.Si.</u> NIP.197710032021211001	Penguji II		20/1/2023
<u>Kiki Wulandari, S.E., M.M</u> NIP.199201212019032018	Penguji III		24/1/2023
<u>Dr. Rafki RS., SE.,M.M</u> NIP.197609252021211003 Tanggal Lulus: 11 Januari 2023	Penguji IV		20/1/2023

Mengetahui,

Dekan
Fakultas Ekonomi
UMRAH


Dr. Hj. Asmaul Husna, S.E. Ak., MM., CA.
NIDN:1001077101

Ketua Program Studi
Manajemen Fakultas
Ekonomi UMRAH


Abdul Jalal, S.E., M.Si.
NIP.198508222019031012



LEMBAR PERSETUJUAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Nurhaniza
Nim : 160461201009
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Image*, Dan *Brand Association* Terhadap *Brand Equity* Produk Susu *Bear Brand* Pada Mahasiswa Mahasiswa UMRAH

Tanjungpinang, 21 Desember 2023

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I



Hj. Iranita, S.E., M.Si.
NIP.197008272021212003

Dosen Pembimbing II



Kiki Wulandari, S.E., M.M
NIP.199201212019032018

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi

Universitas Maritim Raja Ali Haji



Abdul Jalal, S.E., M.Si.
NIP.198508222019031012

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Nurhaniza

Nim : 160461201009

Program Studi : MANAJEMEN

Judul Skripsi : Pengaruh *brand awareness*, *brand image*, dan *brand association* terhadap *brand equity* produk susu *bear brand* pada mahasiswa UMRAH

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, Baik di Universitas Maritim Raja Ali Haji maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Tanjungpinang, 17 Januari 2023

membuat pernyataan


Nurhaniza
NIM. 160461201009

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul “Pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Image* Dan *Brand Association* Terhadap *Brand Equity* Produk Susu *Bear Brand* Pada Mahasiswa UMRAH”. Shalawat beriring salam tak lupa kami hadiahkan pada nabi besar Muhammad SAW yang mana beliau yang telah memberikan penerapan ilmu islami dan pengetahuan yang dapat berguna bagi dunia beserta akhirat. Skripsi ini dibuat sebagai salah satu persyaratan dalam menyelesaikan program pendidikan strata satu (S1) pada jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan, hal ini tidak terlepas dari keterbatasan yang dimiliki penulis. Walaupun demikian penulis berharap semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri maupun banyak pihak yang berkepentingan. Banyak pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, sehingga pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Orang tua penulis yang dicintai yaitu Bapak Abd. Hamid dan Ibu Zauyah yang telah memberikan motivasi, doa dan dukungan. Beserta saudara kandung Muhammad Hamizul Ahmad.
2. Bapak Prof. Dr. Agung Dhamar Syakti, DEA, selaku Rektor Universitas Maritim Raja Ali Haji.

3. Ibu Dr. Hj. Asmaul Husna, S.E, Ak., MM.CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji.
4. Bapak Abdul Jalal, S.E., M.Si selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Maritim Raja Ali Haji.
5. Ibu Hj. Iranita, S.E., M.Si, selaku Dosen Pembimbing Akademik dan Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan masukan dan bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Ibu Kiki Wulandari, SE.,MM, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan banyak bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Segenap dosen dan staff Universitas Maritim Raja Ali Haji yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, yang telah membimbing dan mengajarkan banyak ilmu yang bermanfaat.
8. Teman-teman penulis yaitu Noverella, Nurhasanah, Zarifah, Nabilla, Elsa, Mazuin, Arbain dan Afdhal yang telah senantiasa mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Disamping itu penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis memohon maaf atas segala kekurangan yang ada dan menerima segala bentuk saran, kritikan yang membangun guna penyempurnaan. Semoga penulisan ini memberi manfaat dalam pengembangan.

Tanjungpinang, 17 Januari 2023



Nurhaniza

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN ORISINALITAS	i
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Rumusan Masalah	5
1.4 Pembatasan Masalah	6
1.5 Tujuan Penelitian	6
1.6 Manfaat Penelitian	7
1.7 Sistematika Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	9
2.1 Kajian Pustaka	9
2.1.1 <i>Brand Equity</i>	9
2.1.2 <i>Brand Awareness</i>	12
2.1.3 <i>Brand Image</i>	15
2.1.4 <i>Brand Association</i>	18
2.2 <i>Review Penelitian Terdahulu</i>	21

2.3	Kerangka Pemikiran	24
2.4	Pengembangan Hipotesis	26
2.4.1	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap <i>Brand Equity</i>	26
2.4.2	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Brand Equity</i>	26
2.4.3	Pengaruh <i>Brand Association</i> Terhadap <i>Brand Equity</i>	27
2.4.4	Pengaruh <i>Brand Awareness, Brand Image Dan Brand Association</i> Terhadap <i>Brand Equity</i>	27
2.5	Hipotesis	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		29
3.1	Objek Dan Ruang Lingkungan Penelitian	29
3.2	Metode Penelitian	30
3.3	Operasionalisasi Variabel Penelitian	30
3.4	Metode penentuan populasi dan sampel	33
3.4.1	Populasi	33
3.4.2	Teknik Pengambilan Sampel	33
3.4.3	Pengukuran Skala	34
3.5	Metode Pengumpulan Data	35
3.6	Metode Analisis Data	36
3.6.1	Uji kualitas data	36
3.6.2	Uji Asumsi Klasik	37
3.7	Pengujian Hipotesis	39
3.7.1	Uji Hipotesis (Uji t)	39
3.7.2	Uji Hipotesis (Uji F)	40
3.7.3	Analisis Koefisien Determinasi (R)	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		42

4.1	Deskripsi Unit Analisis/Observasi	42
4.1.1	Gambaran Umum Susu <i>Bear Brand</i>	42
4.1.2	Distribusi Responden	43
4.1.3	Demografi Responden	43
4.1.4	Deskripsi Variabel Penelitian	45
4.2	Hasil Penelitian	49
4.2.1	Pengujian Kualitas Data (Uji Validitas)	49
4.2.2	Pengujian Kualitas Data (Uji Reliabilitas)	50
4.2.3	Pengujian Asumsi Klasik	52
4.2.5	Pengujian Hipotesis	57
4.2.6	Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)	60
4.3	Pembahasan Hipotesis	60
4.3.1	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap <i>Brand Equity</i>	60
4.3.2	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Brand Equity</i>	61
4.3.3	Pengaruh <i>Brand Association</i> Terhadap <i>Brand Equity</i>	62
4.3.4	Pengaruh <i>Brand Awareness, Brand Image, dan Brand Association</i> Terhadap <i>Brand Equity</i>	62
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	64
5.1	Kesimpulan	64
5.2	Saran	65
	DAFTAR PUSTAKA	67
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

No Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1.1	<i>Top Brand Award</i>	2
Tabel 2.1	<i>Review</i> penelitian terdahulu	21
Tabel 3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasionalisasi Variabel	31
Tabel 3.2	Bobot Atau Nilai Kuesioner	35
Tabel 4.1	Distribusi Responden	43
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	44
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Mengenai <i>Brand Awareness</i>	45
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Mengenai <i>Brand Image</i>	46
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Mengenai <i>Brand Association</i>	47
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Mengenai <i>Brand Equity</i>	48
Tabel 4.8	Hasil Validitas <i>Brand Awareness</i>	49
Tabel 4.9	Hasil Validitas <i>Brand Image</i>	49
Tabel 4.10	Hasil Validitas <i>Brand Association</i>	50
Tabel 4.11	Hasil Validitas <i>Brand Equity</i>	50
Tabel 4.12	Hasil Reliabilitas <i>Brand Awareness</i>	51
Tabel 4.13	Hasil Reliabilitas <i>Brand Image</i>	51
Tabel 4.14	Hasil Reliabilitas <i>Brand Association</i>	51
Tabel 4.15	Hasil Reliabilitas <i>Brand Equity</i>	52
Tabel 4.16	Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	53
Tabel 4.17	Hasil Uji Multikolinearitas	54
Tabel 4.18	Hasil Uji <i>Spearman's</i> Heteroskedastisitas	54

Tabel 4.19 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	56
Tabel 4.20 Hasil Uji Statistik t	57
Tabel 4.21 Hasil Uji Statistik F	59
Tabel 4.22 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	60



DAFTAR GAMBAR

No Gambar	Judul	Halaman
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	25
Gambar 4.1	Hasil Pie Chart Usia	44
Gambar 4.2	Hasil Pie Chart Jenis Kelamin	45
Gambar 4.3	Hasil Grafik Histogram	52
Gambar 4.4	Hasil Grafik P-Plot	53
Gambar 4.5	Hasil Grafik Scatterplot	55
Gambar 4.6	Hasil Uji Hipotesis	60

