

**PENGARUH EKUITAS MEREK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH BOTOL SOSRO DI WILAYAH
SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

SANDI ARIAMANDA

17012010236

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2021**

SKRIPSI


PENGARUH EKUITAS MEREK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN TEH BOTOL SOSRO DI WILAYAH SURABAYA

Oleh :

SANDI ARIAMANDA
17012010236 / FEB / EM

Telah Dipertahankan Dihadapkan dan Diterima oleh
Tim Penguji Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 20 September 2021

Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Sulastri Irbayuni, SE, MM
NIP. 196206161989032001

Pembimbing,
Pembimbing Utama


Dra. Ec. Nuruni Ika Kusuma W, MM
NIP. 196310091991032001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

20 SEP 2021


Prof. Dr. Syamsul Huda, SE, MT
NIP. 19590828199031001

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PT POS INDONESIA DI WILAYAH WARU, SIDOARJO**

Oleh :

ROBBY ARYANTO
17012010109/ FEB/ EM

Telah Dipertahankan Dihadapkan dan Diterima oleh
Tim Penguji Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 20 September 2021

Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Sulastri Irbayuni, SE, MM
NIP. 196206161989032001

Pembimbing,
Pembimbing Utama



Dr. Sugeng Purwanto, SE, MM
NIP. 196801081989031001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

20 SEP 2021



Prof. Dr. Svamsul Huda, SE, MT
NIP. 19590828199031001

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI KEBERMANFAATAN, PERSEPSI KEMUDAHAN, DAN
PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN KEMBALI
SHOPEEPAY DI WILAYAH SURABAYA BARAT
TANDES**

Disusun oleh :

Gama Putra Brahmanta

17012010245/FEB/EM

Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program studi
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “
Veteran” Jawa Timur

Pada Tanggal : 14 September 2021

Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing Utama

Sulastri Irbayuni, S.E., M.M.

NIP. 196206161989032001

Dra. Ec. Nuruni Ika Kusuma W, M.M

NIP: 19631009199103200

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

28 SEP 2021

Prof. Dr. Syamsul Huda, S.E., M.T.

NIP. 195908281990031001

SKRIPSI

PENGARUH KOMPENSASI DAN *WORK LIFE BALANCE* TERHADAP

TURNOVER INTENTION DI OKUI KOPI


Oleh :

MUHAMMAD ANGGA PRADITYA

17012010243 / FEB / EM

Telah Dipertahankan Dihadapkan dan Diterima oleh
Tim Penguji Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 20 September 2021

Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Sulastris Irbayuni, SE, MM
NIP. 196206161989032001

Pembimbing,
Pembimbing Utama


Sulastris Irbayuni, SE, MM
NIP. 196206161989032001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

80 SEP 2021


Prof. Dr. Svamsul Huda, SE, MT
NIP. 19590828199031001

ABSTRAKSI

PENGARUH EKUITAS MEREK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH BOTOL SOSRO DI WILAYAH SURABAYA

Di era masa globalisasi yang arus teknologi serta data informasi yang tumbuh sangat pesat dikala ini, industri minuman teh dlm kemasan trs mengalami pertumbuhan pangsa paasar yang meningkat dari waktu ke waktu. Sehingga produsen wajib lebih berinovatif dalam segi merk, promosi dan persaingan harga sehingga menciptakan persaingan pasar yang ideal dan menghasilkan kemampuan pangsa pasar yang aktif dalam menunjang aspek perekonomian Indonesia. Tak hanya itu, kultur atau kebiasaan masyarakat Indonesia dalam mengkonsumsi teh tersebut sejak dari generasi turun temurun digemari. Sehingga tidak salah apabila permintaan pasar dan produktivitas air minum teh dalam kemasan begitu laris di kalangan masyarakat Indonesia, salah satunya Teh Botol Sosro. Riset ini bertujuan buat menganalisis pengaruh ekuitas merk serta promosi trhdap kptsn pembelian teh botolsosro di daerah Surabaya . Penelitian dlm riset ini merupakan masyarakat yang berlokasi di Surabaya, sebanyak 90 responden serta dianalisis memakai *Partial Least Square* (PLS). Mekanisme yg dignakn adlah *Non Probability Sampling* dgn menggunakan sampel metoode *Purposive Sampliing*. Dari kegiatan pengujian terhadap informasi memperlihatkan kalau pengaruh positif serta signifikan terjalin antara ekuitas merk, promosi dengan keptsan pemblian Teh BotolSosro di wilayah Surabaya

Kata kunci: Ekuitas Merek, Promosi, Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah serta rizki, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Pengaruh Stres Kerja dan Kompensasi terhadap Kinerja Karyawan di PT Mahakam Kencana Intan Padi. Skripsi ini merupakan tugas akhir yang ditujukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jawa Timur. Penulisan skripsi ini tidak akan terlaksana tanpa bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT, selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
2. Prof. Dr. Syamsul Huda, SE, MT, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Drs. Ec. Rahman A Suwaidi, MS, selaku Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan yang selalu memberikan masukan dan pengalaman dengan dukungan yang sangat baik dari segi ilmu dalam akademik maupun organisasi selama saya berproses dari awal hingga menjabat di organisasi dalam kampus.
4. Sulastri Irbayuni, SE, MM, selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Dra. Ec. Nuruni Ika Kusuma W, M.M, selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia membimbing, meluangkan

waktu, berbagi ilmu dan pengetahuan dan mengarahkan kemana skripsi ini harus melangkah. Jasa Ibu tiada terkira besarnya, Allah SWT yang akan membalas.

6. Ayah dan Mama terima kasih atas ketulusan yang diberikan agar saya dapat menjadi manusia yang tidak sia-sia. Restu dan dukungan secara moril dan materil yang selalu Serta kakak saya yang selalu memberikan motivasi untuk selalu menjadi lebih baik karena saya tahu kalian adalah panutan saya.
7. Diri saya sendiri, karena telah bertahan dari jatuh bangun sebuah proses hingga titik jenuh dari proses penyelesaian skripsi ini. Terima kasih dan semangat untuk diriku.
8. Imanuel Andre Aditya, S.E, Telah menjadi rekan berproses dalam organisasi serta terima kasih sudah memberikan waktu luang yang begitu banyak bagi penulis untuk membantu dan memberikan semangat sampai pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Saudara keluarga besar “RUTINITAS” yang telah memberikan semangat, berproses bersama dan melewati hal suka dan duka serta humor sehingga memberikan dampak positif penulis dalam menyelesaikan skripsi.
10. Teman-teman Himpunan Mahasiswa Manajemen dan Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan dukungan untuk menyelesaikan skripsi
11. M Saiful Effendi, S.M, Dimas Noviyanto & Kresna Priangga Telah menjadi sahabat yang selalu memberikan aktivitas untuk menghilangkan titik jenuh dan suka duka sehingga penulis dapat

kembali termotivasi untuk menyelesaikan penelitian skripsi.

12. Semua pihak yang terlibat dalam membantu terselesainya skripsi ini yang tidak dapat di ucapkan satu per satu

Surabaya, Agustus 2021

Peneliti

DAFTAR ISI

BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
BAB II	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Landasan Teori.....	16
2.2.1 Ekuitas Merek	16
2.2.2 Promosi	21
2.2.3 Keputusan Pembelian.....	23
2.3 Hubungan Antar Variabel	26
2.3.1 Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian	26
2.3.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	28
2.4 Kerangka Teori	30
2.5 Hipotesis	30
BAB III.....	31
METODOLOGI PENELITIAN	31

3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	31
3.1.1 Variabel Independen	31
3.1.2 Variabel Dependen.....	32
3.1.3 Pengukuran Variabel.....	33
3.2 Teknik Penentuan Sampel.....	34
3.2.1 Populasi.....	34
3.2.2 Sampel.....	34
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.3.1 Jenis Data.....	35
3.3.2 Sumber Data	36
3.3.3 Metode Pengumpulan Data	36
3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	37
3.4.1 Uji Validitas	37
3.4.2 Uji Reliabilitas	37
3.5 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	37
3.5.1 Teknik Analisis Data	37
3.5.2 Model Indikator Refleksif dan Indikator Formatif.....	39
3.5.3 Cara Kerja PLS	41
3.5.4 Langkah – Langkah PLS	42
3.5.5 Asumsi PLS	48
3.5.6 Ukuran Sampel	48
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN.....	53