



**UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

**PENGARUH KESADARAN MEREK, KUALITAS MEREK,  
ASSOSIASI MEREK, KESETIAAN MEREK, TERHADAP  
EKUITAS MEREK PENGGUNA SMARTPHONE  
SAMSUNG ANDROID PADA MAHASISWA  
UBHARA JAYA BEKASI**

**Tesis ini diajukan sebagai salah satu syarat akademik untuk  
Memperoleh gelar Magister dalam bidang studi Manajemen  
Pada Program Pascasarjana Magister Manajemen  
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya**

**Oleh :**

**SARI ENDAH NURSYAMSI**

**NIM 201220151014**

**PROGRAM PASCASARJANA MAGISTER MANAJEMEN  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

**2015**



**UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

**PENGARUH KESADARAN MEREK, KUALITAS MEREK,  
ASSOSIASI MEREK, KESETIAAN MEREK, TERHADAP  
EKUITAS MEREK PENGGUNA SMARTPHONE  
SAMSUNG ANDROID PADA MAHASISWA  
UBHARA JAYA BEKASI**

**Oleh :**

**SARI ENDAH NURSYAMSI**

**NIM 201220151014**

**PROGRAM PASCASARJANA MAGISTER MANAJEMEN  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

**2015**



**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
PROGRAM PASCASARJANA MAGISTER MANAJEMEN  
SK DIRJEN DIKTI NO. 69/DIKTI/KEP/1999 dan  
NO 393/SK/BAN-PT/Akred/M/X/2014**

**TANDA PERSETUJUAN TESIS**

**Nama : SARI ENDAH NURSYAMSI  
NIM : 201220151014  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran**

**PENGARUH KESADARAN MEREK, KUALITAS MEREK,  
ASSOSIASI MEREK, KESETIAAN MEREK TERHADAP  
EKUITAS MEREK PENGGUNA SMARTPHONE  
SAMSUNG ANDROID PADA MAHASISWA  
UBHARA JAYA BEKASI**

**Tesis ini telah dipertahankan di depan para penguji pada tanggal.....dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.**

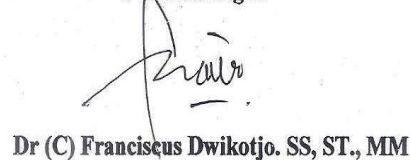
**Susunan Pembimbing**

**Pembimbing I**



**Dr. Sujiyo Miranto, M.Pd., MM**

**Pembimbing II**



**Dr (C) Francisęus Dwikotjo, SS, ST., MM**

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
PROGRAM PASCASARJANA MAGISTER MANAJEMEN  
SK DIRJEN DIKTI NO. 69/DIKTI/KEP/1999 dan  
NO 393/SK/BAN-PT/Akred/M/X/2014**


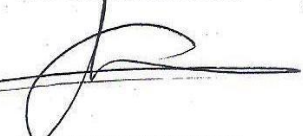
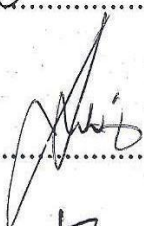

**TANDA PERSETUJUAN TESIS**

Nama : SARI ENDAH NURSYAMSI  
NIM : 201220151014  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

**PENGARUH KESADARAN MEREK, KUALITAS MEREK,  
ASSOSIASIMEREK, KESETIAAN MEREK TERHADAP  
EKUITAS MEREK PENGGUNA SMARTPHONE  
SAMSUNG ANDROID PADA MAHASISWA  
UBHARA JAYA BEKASI**

Tesis ini telah dipertahankan di depan para penguji pada tanggal 22 September dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Susunan Dewan Penguji

	Tanggal	Tanda Tangan
Ketua Penguji Dr. Rorim Panday, MT., MM	8/10/2015	
Anggota Penguji I Dr. Sujiyo Miranto, MPd., MM	10/10/2015	
Anggota Penguji II Dr. Anton Wachidin Widjaja, SE., MM	10-10-2015	
Anggota Penguji III Dr. Tungga Buana Irfana, SE., MPd	12-10-2015	



## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sari Endah Nursyamsi  
Tempat/Tgl. Lahir : Jakarta, 11 Maret 1965  
NIM : 201220151014  
Jurusan/Prodi : Magister Manajemen  
Judul Tesis : PENGARUH KESADARAN MEREK, KUALITAS MEREK, ASSOSIASI MEREK, KESETIAAN MEREK TERHADAP EKUITAS MEREK PENGGUNA SMARTPHONE SAMSUNG ANDROID PADA MAHASISWA UBHARA JAYA BEKASI  
Dosen Pembimbing : 1. Dr. Sujiyo Miranto, MPd., MM  
: 2. Dr (C) Franciscus Dwikotjo. SS, ST., MM

Dengan ini menyatakan bahwa Tesis yang saya buat benar-benar hasil karya sendiri dan saya bertanggung jawab secara akademis atas apa yang saya tulis. Pernyataan ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister (S2) pada program study Magister Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Bekasi, 30 September 2015

Mahasiswa

Sari Endah Nursyamsi

NIM 201220151014

## KATA PENGANTAR

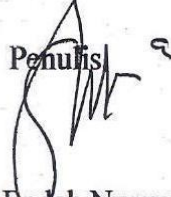
Rasanya tiada kata yang pantas penulis ucapkan selain kata Puji serta syukur atas segala Rahmat yang telah Allah SWT berikan. Sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini, karena tanpa Rakhmat dan pemikiran-pemikiran yang Allah SWT berikan kepada penulis tesis ini tidak akan selesai.

Tulisan yang berjudul **“Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas Merek, Asosiasi Merek, Loyalitas Merek, Terhadap Ekuitas Merek Pengguna Smartphone Samsung Android Pada Mahasiswa Ubhara Jaya Bekasi”**

Pada kesempatan ini penulis menghaturkan terimakasih dan penghargaan pada:

1. Irjen Pol (Purn) Drs. Bambang Karsono, SH,MM. Rektor Ubhara Jakarta Raya/Bekasi
2. Dr. Anton Wachidin Widjaja, MM Direktur Program Pasca Sarjana dan Dr. Sujiyo Miranto, MPd, MM Ketua Program Pasca Sarjana Universitas Bhayangkara Jakarta Raya/Bekasi, Dr (C) Franciscus Dwikotjo, SS, ST, MM juga sebagai pembimbing penulis.
3. Ibu Diah Ayu Permatasari, ST, SIP, M. IR. Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Semoga ALLAH SWT memberikan balasan yang berlipat ganda pada ibu
4. Bapak Drs. Hasyim Purnama, M.Si. Bapak Drs Dwi Narko, MM, MH, Pak Aminuddin Junaedi, S.Sos, M.I.Kom jajaran Staff Fakultas Ilmu Komunikasi, Staff Administrasi Pascasarjana serta mahasiswa Ubhara Jakarta Raya/Bekasi.
5. Drs. Nasaruddin Siregar, M.Si. Suami tercinta serta anak2ku tersayang; Resya, Dindah, Bulan dan Aqil dengan penuh kesabaran, cinta, kasih sayang, memotivasi, penghibur dalam lelah serta keteguhan hati mama dalam menyelesaikan tesis ini. Terimakasih suami dan anak-anakku tercinta.
6. Bapak-ibu, adik-adikku tercinta selalu mendoakan, memberi semangat dan dorongan kepada penulis untuk menyelesaikan tesis secepatnya.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan-kekurangan dalam penulisan ini. kritik serta saran sangat penulis harapkan. Terima Kasih.

Penulis  
  
Sari Endah Nursyamsi

## ABSTRAK

### PENGARUH KESADARAN MEREK, KUALITAS MEREK, ASSOSIASI MEREK, KESETIAAN MEREK TERHADAP EKUITAS MEREK PENGGUNA SMARTPHONE SAMSUNG ANDROID PADA MAHASISWA UBHARA JAYA BEKASI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kesadaran merek (X1), kualitas merek dirasakan (X2), asosiasi merek (X3), kesetiaan merek (X4), terhadap ekuitas merek (Y), pengguna smartphone Samsung android pada mahasiswa UBJ Bekasi. Brand Awareness, Kesadarkenan terhadap merek adalah pengetahuan tentang atribut-atribut suatu produk tertentu.

Jenis penelitian yang digunakan Metode penelitian Survei menggunakan Non Probability sampling, dengan pengambilan sample snowball sampling diperoleh responden sebanyak 195 mahasiswa dari lima fakultas. Sebelum kelapangan instrument diuji lebih dahulu terhadap 45 item yang bersumber dari tiga variabel, dengan menggunakan rumus spearman-Brown, Flangan, Rulon K-R.20, K-R.21, Hoyt dan Alpha hasilnya 0,898 artinya berada diatas 0,5 berarti semua item pertanyaan dianggap realiable.

Hasil penelitian menunjukkan Kesadaran merek (*brand awareness*), Asosiasi merek (*brand associations*), Persepsi kualitas (*perceived quality*) yang berada pada rata-rata indeks dengan kategori sedang memberikan pengaruh signifikan terhadap ekuitas merek pengguna Samsung Android, meskipun kontribusi yang diberikan cukup kecil. Kesetiaan merek (*brand loyalty*) meskipun berada pada rata-rata indeks dengan kategori sedang namun dengan nilai rata-rata indeks terendah dibandingkan dengan tiga variabel lainnya, tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap ekuitas merek pengguna Samsung Android. Hanya variabel kesadaran merek (*brand awareness*), asosiasi merek (*brand associations*), dan persepsi kualitas (*perceived quality*) yang mempengaruhi ekuitas merek (*brand equity*) pengguna Samsung Android.

Rata-rata indeks kesadaran merek yang kecil memberikan kontribusi kecil terhadap ekuitas merek Samsung di kalangan mahasiswa, menuntut adanya peningkatan upaya-upaya marketing seperti melaksanakan *event-event* di Kampus atau melibatkan mahasiswa setiap *event*-nya atau memberikan paket penjualan harga khusus mahasiswa, yang pada akhirnya akan memberikan kesan yang positif dan dapat memperbaiki asosiasi merek kepada nilai-nilai pelanggan (*customer values*) yang positif serta loyalitas yang tinggi. Daya tahan baterai dan perawatan smartphone yang dinilai rendah responden, perlu mendapat perhatian yang serius untuk ditindaklanjuti sehingga akan memperbaiki persepsi kualitas dari konsumen.

Kata Kunci : Kesadaran Merek, Kualitas Merek Dirasakan, Asosiasi Merek, Kesetiaan Merek dan Ekuitas Merek

## **ABSTRACT**

### ***INFLUENCE OF BRAND AWARENESS, BRAND QUALITY, BRAND ASSOCIATION, BRAND LOYALTY TOWARDS SAMSUNG ANDROID SMARTPHONE USERS BRAND EQUITY ON UBHARA JAYA UNIVERSITY BEKASI STUDENTS***

*The aim of this research to determine the influence of brand awareness (X1), perceived brand quality (X2), brand association (X3), brand loyalty (X4), into Samsung Android smartphone users brand equity (Y) on Ubhara Jaya Bekasi Students. Brand awareness is knowledge about certain product attributes.*

*Types of research used survey sampling methods using non-probability sampling, with samples of snowball sampling obtained by respondent were 195 student from 5 faculties. Prior to the field, research instrument tested to 45 items were sourced from 3 variables, using spearman-brown, Flanagan, Rulon K-R.20, K-R.21, Hoyt, and Alpha, the result is 0.898 means above 0.5, all question items are reliable.*

*The results show brand awareness, brand association, perceived quality that are above average index value by category of being significant influence on Samsung Android users brand equity, although the contribution made quite small. Brand loyalty despite being on the average index of medium category, but average value index is the lowest compared with the other 3 variables, not giving any significant impact on Samsung Android users brand equity. Only brand awareness, brand association, and perceived quality variable, which affect Samsung Android users brand equity.*

*Brand awareness small average index value giving little contribution on Samsung brand equity among students, demands for an improvements effort on marketing, such as organize events on campus or involving student on each of their event or provide special student price packages, which in eventually will give a positive impression and could improve brand association to positive customer values and loyalty. Respondent giving lower results on battery life and smartphone maintenance, the need of serious attention to follow up, so it would be improve the quality of consumer perception*

*Key words : Brand Awareness, Brand Quality, Brand Association, Brand Loyalty, Brand Equity*



## **RIWAYAT HIDUP PENULIS**

**Sari Endah Nursyamsi** adalah nama penulis tesis yang lahir di Jakarta pada tanggal 11 Maret 1965, anak pertama dari sepuluh saudara, pasangan Bapak H. M. Chafidh pensiunan PT. PUSRI dan ibu Hj Siti Zahra Arsyad (Almarhumah).

Awal pendidikan dasar, penulis mulai di SDN IV Salemba Jakarta Pusat, kemudian melanjutkan Sekolah Menengah Pertama (SMPN 76) Percetakan Negara Jakarta Pusat dan menamatkan Sekolah Lanjutan Tingkat Atas Negeri (SLTAN 36) Rawamangun Jakarta Timur, penulis mengambil jenjang SI di Institut Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Jakarta (IISIP) Jakarta Jurusan Ilmu Jurnalistik lulus pada tahun 1989.

Pengalaman kerja penulis dari tahun 1990 sampai 2006 sebagai pengajar atau Dosen tetap merangkap Kepala Laboratorium Ilmu Jurnalistik di IISIP Jakarta. Direktur Bidang Akademik di Politeknik Global Indonesia dari tahun 2007 sampai 2013. Wartawati Surat kabar Jayakarta tahun 2000. Dosen tetap di Ubhara Jaya Jakarta dari tahun 2006 sampai sekarang.

Penulis menikah pada tahun 1991 dengan yang sangat saya cintai Nasaruddin Siregar dan dikarunia tiga putri yang bernama Resya Rahma Amanda Siregar, Imtihan Dindah Taqqiyah Siregar, Hafizhah Narumondang Bulan Siregar, dan satu putera Aqil Syarif Hidayatulloh Anakta Siregar. Saat ini kami tinggal di Perumahan Taman Manggis Permai Rt.05 Rw.29 Blok B1/1 Kel. Sukamaju. Kec. Cilodong. Depok.

Dalam upaya menambah pengetahuan dan wawasan terutama di bagian Komunikasi Pemasaran penulis melanjutkan pendidikan S2 di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Program Magister Manajemen dan konsentrasi Manajemen Pemasaran lulus pada tahun 2015.