



**ANALISIS *BRAND EQUITY* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ABON IKAN NEGERI PATIN STUDI KASUS
PADA *OUTLET* MEGA RASA PEKANBARU**

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Teknik
Pada Program Studi Teknik Industri

Oleh :

ALFAROZY
11652103472



**FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
2023**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERSETUJUAN

ANALISIS BRAND EQUITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ABON IKAN NEGERI PATIN STUDI KASUS PADA OUTLET MEGA RASA PEKANBARU

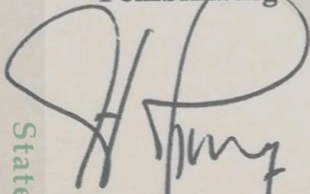
TUGAS AKHIR

ALFAROZY

11652103472

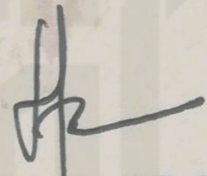
Telah diperiksa dan disetujui sebagai laporan Tugas Akhir
di Pekanbaru, pada tanggal 13 Juli 2023

Pembimbing I



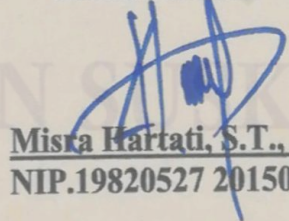
Ismu Kusumanto, S.T., M.T
NIP/NIK. 197304122007101002

Pembimbing II



Suherman, S.T., M.T
NIK/NIK.130511002

Ketua Jurusan



Misra Hartati, S.T., M.T
NIP.19820527 201503 2 002

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS *BRAND EQUITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ABON IKAN NEGERI PATIN STUDI KASUS PADA *OUTLET MEGA RASA PEKANBARU*

TUGAS AKHIR

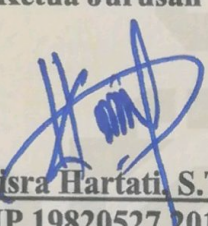
oleh:

ALFAROZY
11652103472

Telah dipertahankan didepan sidang dewan penguji sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau di Pekanbaru, pada tanggal 5 Juli 2023

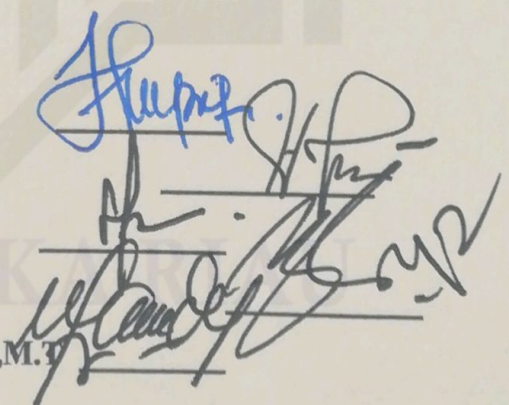
Pekanbaru, 13 Juli 2023
Mengesahkan,


Dekan
Dr. Hartono, M.Pd
NIP.19640301 199203 1 003

Ketua Jurusan

Misra Hartati, S.T., M.T
NIP.19820527 201503 2 002

DEWAN PENGUJI

Ketua : Harpito, S.T., M.T
Sekretaris I : Ismu Kusumanto, S.T., M.T
Sekretaris II : Suherman, S.T., M.T
Anggota I : Muhammad Nur S.T., M.Si
Anggota II : Muhammad Ihsan Hamdy S.T., M.T



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL

Tugas akhir yang tidak diterbitkan ini terdaftar dan tersedia di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau adalah terbuka untuk umum dengan ketentuan bahwa hak cipta pada penulis. Referensi kepustakaan diperkenankan dicatat, tetapi pengutipan atau ringkasan hanya dapat dilakukan seizin penulis dan harus disertai dengan kebiasaan ilmiah untuk menyebutkan sumbernya.

Penggandaan atau penerbitan sebagian atau seluruh Tugas Akhir ini harus memperoleh izin dari Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Perpustakaan yang meminjamkan Tugas Akhir ini untuk anggotanya diharapkan untuk mengisi nama, tanda peminjaman dan tanggal pinjam.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan di dalam daftar pustaka.

Pekanbaru, Juli 2023
Yang membuat pernyataan,



ALFAROZY
NIM.11652103472

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERSEMBAHAN



“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah ayat: 5-6)

*Segala puji dan syukur kupersembahkan bagi sang penggendang langit dan bumi, dengan
Rahmaan Rahiim yang menghampar melebihi luasnya angkasa raya. Dzat yang
menganugerahkan kedamaian bagi jiwa-jiwa yang senantiasa merindu akan kemaha
besarannya*

*Lantunan sholawat beriring salam penggugah hati dan jiwa, menjadi persembahan penuh
kerinduan pada sang revolusioner Islam, pembangun peradaban manusia yang beradab
Muhammad Shallallahu ‘Alaihi Wasallam.*

*Tetes peluh yang membasahi asa, ketakutan yang memberatkan langkah, tangis keputus
asaan yang sulit dibendung, dan kekecewaan yang pernah menghiasi hari-hari kini menjadi
tangisan penuh kesyukuran dan kebahagiaan yang tumpah dalam sujud panjang.*

*Alhamdulillah maha besar Allah, sembah sujud sedalam qalbu hamba haturkanatas karunia
dan rizki yang melimpah, kebutuhan yang tercukupi, dan kehidupan yang layak,
Ku persembahkan.....*

*Kepada kedua orang tuaku, Ayahku tercinta yang bernama Asril dan Ibuku tersayang yang
bernama Denawati yang selalu ada untukku berbagi, mendengar segala keluh kesahku serta
selalu mendoakan anakmu ini dalam meraih impian dan cita-cita serta mendapat*

RidhoNya...

Pekanbaru, Juli 2023

ALFAROZY
11652103472



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ANALISIS *BRAND EQUITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ABON IKAN NEGERI PATIN STUDI KASUS PADA OUTLET MEGA RASA PEKANBARU

ALFAROZY NIM : 11652103472

Tanggal Sidang : 17 Juli 2023
Tanggal Wisuda :

Program Studi Teknik Industri
Fakultas Sains dan Teknologi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Jl. HR. Soebrantas KM. 15 No. 155 Pekanbaru

ABSTRAK

Abon ikan merupakan salah satu bentuk olahan yang memberikan nilai tambah bagi pengelolanya dan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Abon Ikan Negeri Patin merupakan produk makanan jenis abon yang diproduksi oleh CV Graha Pratama Fish yang terbuat dari patin segar, ketumbar, minyak goreng, garam, dan rempah-rempah. Salah satu cara yang bisa dilakukan perusahaan untuk meningkatkan keputusan pelanggan ataupun konsumen adalah dengan konsep *brand equity*. Permasalahan pada penelitian ini adalah ketidaktahuan pengaruh dari *brand equity* dari produk Abon Ikan Negeri Patin yang mana terdapat 5 aspek atau kelompok didalam *brand equity* yaitu kesadaran merk (*brand awareness*), asosiasi merk (*brand associations*), persepsi kualitas (*perceived quality*), loyalitas merk (*brand loyalty*), dan aset merk (*brand asset*). Adapun metode yang digunakan untuk mengambil keputusan pada penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi linier. Analisis regresi linier berganda adalah analisis yang memiliki variabel bebas lebih dari satu. Berdasarkan uji signifikan simultan (Uji F) membuktikan bahwa variabel kesadaran merk, asosiasi merk, persepsi kualitas, dan loyalitas merk secara bersama-sama berpengaruh terhadap pembelian Abon Ikan Negeri Patin di Mega Rasa Pekanbaru. Dan pada uji signifikan parsial (Uji T) membuktikan bahwa seluruh variabel bebas yang terlibat berpengaruh signifikan terhadap pembelian Abon Ikan Negeri Patin di Mega Rasa Pekanbaru. Hasil dari perhitungan koefisien determinasi (R^2) menyatakan bahwa pada semua variabel bebas yaitu kesadaran merk, asosiasi merk, persepsi kualitas, dan loyalitas merk pada penelitian ini mampu menjelaskan variabel terikat yaitu keputusan pembelian Abon Ikan Negeri Patin di Mega Rasa Pekanbaru sebesar 71,8%, dan sisanya 28,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kata kunci: Abon Ikan, Analisis Regresi Linier Berganda, *Brand Equity*, Keputusan Pelanggan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

THE ANALYSIS OF BRAND EQUITY ON THE PURCHASE DECISION OF PATIN'S COUNTRY ABON FISH CASE STUDY AT MEGA RASA PEKANBARU OUTLET

ALFAROZY NIM : 11652103472

Date Of Final Exam : July, 17 2023

Graduation Date : 2023

Industrial Engineering Departement

Faculty of Science and Technology

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

HR. Soebrantas Street No. 155 Pekanbaru

ABSTRACT

Shredded fish is a processed form that provides added value to the manager and can improve people's welfare. Abon Ikan Negeri Patin is a shredded food product produced by CV Graha Pratama Fish that is made from fresh catfish, coriander, cooking oil, salt, and spices. One way that companies can improve customer or consumer decisions is through the concept of brand equity. The problem in this study is ignorance of the effect of brand equity on the Abon Ikan Negeri Patin product, in which there are 5 aspects or groups of brand equity: brand awareness, brand associations, perceived quality, brand loyalty (brand loyalty), and brand assets (brand assets). The method used to make decisions in this study is linear regression analysis. Multiple linear regression analysis is an analysis that has more than one independent variable. Based on the simultaneous significant test (Test F), it proves that the variables of brand awareness, brand association, quality perception, and brand loyalty all have an effect on the purchase of Patin Fish Floss in Mega Rasa Pekanbaru. And the partial significant test (T test) proves that all the independent variables involved have a significant effect on the purchase of Patin Fish Shredded in Mega Rasa Pekanbaru. The results of the calculation of the coefficient of determination (R²) state that all independent variables, namely brand awareness, brand association, Perceived quality, and brand loyalty, in this study were able to explain the dependent variable, namely the purchase decision of Patin Fish Shredded in Mega Rasa Pekanbaru, by 71.8%, and the remaining 28.2% was influenced by other variables outside the model that were not discussed in this study.

Keyword: *Fish Floss, Multiple Linear Regression Analysis, Brand Equity, Customer Decision.*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur kami panjatkan kepada Allah Subhanahuwata'ala atas segala rahmat, karunia serta hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir dengan judul **“Analisis Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Abon Ikan Negeri Patin Studi Kasus pada Outlet Mega Rasa Pekanbaru”** sesuai dengan waktu yang ditetapkan. Shalawat dan salam semoga terlimpah kepada Nabi Muhammad Shallallahu ‘Alaihi Wasallam.

Laporan ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Teknik di Jurusan Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Banyak sekali yang telah penulis peroleh berupa ilmu pengetahuan dan pengalaman selama menempuh pendidikan di Jurusan Teknik Industri.

Selanjutnya dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hairunas, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Dr. Hartono, M.Pd selaku Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Ibu Misra Hartati, S.T., M.T selaku Ketua Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
4. Prof. DR. Fitra Lestari Norhiza, S.T., M.T selaku Pembimbing Akademik yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing dan memberikan petunjuk yang sangat berguna sejak awal perkuliahan sampai saat penulis menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini.
5. Bapak Ismu Kusumanto, S.T,M.T selaku pembimbing 1 yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing dan memberikan


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

petunjuk yang sangat berguna saat penulis menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini.

6. Bapak Suherman,S.T,M.T selaku pembimbing 2 yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing dan memberikan petunjuk yang sangat berguna saat penulis menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini.
7. Bapak Muhammad Nur S.T., M.Si dan Bapak Muhammad Ihsan Hamdy,S.T., M.T selaku dosen penguji yang telah yang telah banyak membantu serta menyumbangkan ide-idenya guna untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini
8. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Teknik Industri UIN SUSKA RIAU, yang telah banyak memberikan ilmu dan diskusi-diskusi yang membangun selama proses menimba ilmu di bangku perkuliahan.
9. Keluarga besar Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dan rekan-rekan Angkatan 2016 Jurusan Teknik Industri yang selalu memberikan dorongan semangat dan motivasi kepada penulis untuk dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini.

Tugas Akhir ini jauh dari kesempurnaan karena sejatinya kesempurnaan itu milik Allah Subhanahuwata'ala, untuk itu dengan segala kerendahan hati, segala saran serta kritik yang bersifat membangun sangat diharapkan untuk pembelajaran dimasa mendatang.

Akhirnya, semoga Tugas Akhir ini dapat berguna dan memberikan hikmah dan ide bagi siapa saja yang membacanya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pekanbaru, Juli 2023

Alfarozy


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR RUMUS	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Batasan Masalah	5
1.6 Posisi Penelitian.....	6
1.7 Sistematika Penulisan	10
 BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 <i>Brand Equity</i>	12
2.1.1 <i>Brand Awareness</i>	12
2.1.2 <i>Perceive Quality</i>	13
2.1.3 <i>Brand Associaton</i>	13


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.1.4	Loyalitas Konsumen	14
2.2	Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).....	14
2.2.1	Kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)	14
2.2.2	Undang-Undang yang Mengatur Usaha Mikro, Kecil Menengah (UMKM)	15
2.2.3	Bidang Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM).....	17
2.2.4	Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) Bidang Kuliner Perikanan	19
2.3	Pemasaran	19
2.4	Populasi dan Sampel	23
2.5	Algoritma Regresi Linier	23
2.5.1	Algoritma Regresi Linier Berganda.....	24

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Studi Pendahuluan.....	28
3.2	Studi Literatur	28
3.3	Rumusan Masalah.....	28
3.4	Tujuan Penelitian	28
3.5	Pengumpulan Data.....	29
3.6	Pengolahan Data	29
3.7	Analisa	29
3.8	Kesimpulan dan Saran	29

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1.	Pengumpulan Data.....	30
4.1.1	Karakteristik Responden.....	30
4.1.2	Data Variabel Penelitian	32
4.2.	Pengolahan Data	33
4.2.1	Uji Validitas.....	33
4.2.2	Uji Reliabilitas	35
4.2.3	Uji Normalitas	35
4.2.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	36



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.2.5 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	38
4.2.6 Uji T Parsial.....	39
4.2.7 Koefisien determinasi (R²)	40

BAB V ANALISA

5.1 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	41
5.2 Hasil Analisis Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	41
5.3 Hasil Analisis Uji T Parsial	41
5.4 Analisis Koefisien determinasi	42

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan.....	43
6.2 Saran	43

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR		HALAMAN
Gambar 1.1	Abon Ikan Negeri Patin.....	2
Gambar 2.1	Piramida <i>Brand Awareness</i>	10

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR TABEL

TABEL	Halaman
Tabel 1.1 Posisi Penelitian	6
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	27
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	28
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	28
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	28
Tabel 4.5 Rekapitulasi Nilai Setiap Variabel Penelitian.....	29
Tabel 4.6 Uji Validitas	31
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas	32
Tabel 4.8 <i>Output SPSS Kolmogrov Smirnov</i>	32
Tabel 4.9 <i>Output SPSS Regresi Linier Berganda</i>	33
Tabel 4.10 Uji Pengaruh Simultan (Uji F)	35
Tabel 4.11 Uji T Parsial	35
Tabel 4.12 Koefisien Determinansi.....	36

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR RUMUS

RUMUS	HALAMAN
Rumus 2.1 Regresi Linier Sederhana.....	21
Rumus 2.2 Variabel Bebas	21
Rumus 3.1 Metodologi Penelitian.....	24
Rumus 4.1 Uji Normalitas P-Plot.....	33

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN

Lampiran A	Kuesioner
Lampiran B	Uji Validitas dan Reliabilitas
Lampiran C	Karakteristik Responden
Lampiran D	Rekapitulasi Jawaban Kuesioner
Lampiran E	Biografi Penulis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang kaya akan sumber daya alam, salah satunya pada sektor perikanan. Seiring perkembangan industri yang pesat, sektor perikanan di Indonesia semakin inofatif dalam menghasilkan produk berkualitas agar dapat bersaing dipasaran. Tujuannya agar industri perikanan dapat menghasilkan produk dalam bentuk olahan maupun segar yang semakin diminati pasar domestik maupun luar negeri. Salah satu masalah ikan dalam bentuk segar ialah cepat membusuk. Maka dari itu perlu upaya mempertahankan mutu dengan solusi yang tepat agar ikan tetap sempurna atau dalam bentuk olahan. Dengan cara mengawetkan dan mengolahnya akan mendapatkan nilai ekonomis maupun *value added* untuk olahan ikan tersebut. (Afrianto dan Liviawaty, 2008).

Selanjutnya setiap perusahaan maupun pelaku usaha pada sektor manapun pasti ingin terus berkembang termasuk juga pada sektor perikanan, terlebih lagi pada saat ini dalam keadaan pemulihan ekonomi yang disebabkan oleh pandemi covid 19. Selain memproduksi produk berkualitas, keadaan tersebut menyebabkan perlunya strategi pemasaran yang efektif agar tetap bertahan dan mampu menjadi *market leader*. Strategi pemasaran menurut Bennet merupakan pernyataan (baik secara implisit maupun eksplisit) mengenai bagaimana suatu merk atau lini produk mencapai tujuannya.

Abon ikan merupakan salah satu bentuk olahan yang memberikan nilai tambah bagi pengelolanya dan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Produk yang dihasilkan mempunyai tekstur lembut, rasa enak dan mempunyai daya tahan yang relatif lama (Suryani, 2007) hingga mencapai lebih dari enam bulan. Sementara menurut Karyono dan Wachid (2012), abon ikan adalah produk olahan hasil perikanan yang diolah dari daging ikan, kombinasi dari proses penggilingan hingga penggorengan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 1.1 Abon Ikan Negeri Patin

Abon Ikan Negeri Patin merupakan produk makanan jenis abon yang diproduksi oleh CV Graha Pratama Fish Koto Masjid Kabupaten Kampar. Terbuat dari patin segar, ketumbar, minyak goreng, garam, dan rempah-rempah. Produk abon ikan negeri patin ini dijual di beberapa *outlet* di Pekanbaru dan *online shop*. Penelitian ini mengambil data pada *outlet* Mega Rasa Pekanbaru sebab *outlet* tersebut merupakan salah satu *outlet* terbesar di Pekanbaru yang menyediakan produk oleh-oleh Provinsi Riau termasuk salah satunya produk Abon Ikan Negeri Patin,

Definisi merk menurut Aaker (1991) adalah “Nama dan/atau symbol yang bersifat membedakan (seperti sebuah logo, cap, atau kemasan) dengan maksud mengidentifikasikan barang atau jasa dari seorang penjual atau sebuah kelompok penjual tertentu, dengan demikian membedakannya dari barang-barang dan jasa yang dihasilkan para kompetitor.” Merk merupakan salah satu faktor penting dalam kegiatan pemasaran karena kegiatan memperkenalkan dan menawarkan produk dan jasa. Untuk memilih sebuah produk atau jasa maka konsumen akan membuat keputusan dengan berbagai pertimbangan. Sebagaimana proses pengambilan keputusan seorang konsumen berdasarkan pada produk itu sendiri baik dari segi harga, ukuran, bentuk. Salah satu cara yang bisa dilakukan perusahaan untuk meningkatkan keputusan pelanggan ataupun konsumen adalah dengan konsep *brand equity*.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mempublikasikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut Aaker (Kotler & Keller, 2007), *Brand Equity* dapat dikelompokkan kedalam 5 kategori, loyalitas brand (*brand loyalty*), kesadaran brand (*brand awareness*), kesan kualitas (*perceived quality*), asosiasi-asosiasi brand sebagai tambahan terhadap kesan kualitas (*brand association*) dan aset-aset brand lainnya (*Other Proprietary brand asset*) seperti paten, cap, saluran hubungan.). Dave Walker. (2002) melakukan riset terhadap lima indikator ekuitas merk secara keseluruhan (*overall brand equity*). Indikator-indikator tersebut adalah *Relevant, Popularity, Quality, Unique, familiarity*.

Adapun metode yang digunakan untuk mengambil keputusan pada penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi linier. Analisis regresi linier berganda adalah analisis yang memiliki variabel bebas lebih dari satu. Analisis regresi telah lama dikembangkan untuk mempelajari pola dan mengukur hubungan statistik antara dua atau lebih peubah (variabel). Teknik analisis yang mencoba menjelaskan hubungan antara dua peubah atau lebih khususnya antara peubah-peubah yang mengandung sebab akibat disebut analisis regresi.

Permasalahannya adalah ketidaktahuan pengaruh dari *brand equity* dari produk Abon Ikan Negeri Patin yang mana terdapat 5 aspek atau kelompok didalam *brand equity* yaitu kesadaran merk (*brand awareness*), asosiasi merk (*brand associations*), persepsi kualitas (*perceived quality*), loyalitas merk (*brand loyalty*), dan aset merk (*brand asset*). Oleh sebab itu perlunya penelitian pengaruh *brand equity* terhadap keputusan pembelian Abon Ikan Negeri Patin studi kasus pada *outlet* Mega Rasa Pekanbaru.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, dapat diketahui bahwa dengan *brand equity* yang baik dapat mendukung peningkatan penjualan produk Abon Ikan Negeri Patin. *Brand equity* dapat ditingkatkan dengan memperhatikan 5 aspek yaitu kesadaran merk (*brand awareness*), asosiasi merk (*brand associations*), persepsi kualitas (*perceived quality*), loyalitas merk (*brand loyalty*), dan aset merk (*brand asset*). Penggunaan metode linear regresi berganda pada studi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kasus ini dapat menghasilkan angka statistik yang kemudian menjadikan bahan rujukan bagi pelaku usaha untuk lebih memperkuat dan semakin baik dalam hal strategi pemasaran dengan penggunaan *brand equity*. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah Bagaimana pengaruh *brand equity* terhadap keputusan pembelian Abon Ikan Negeri Patin studi kasus pada *outlet* Mega Rasa Pekanbaru?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan arah penelitian dalam rangka menjawab masalah-masalah yang telah dirumuskan. Tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menemukan apa saja yang mempengaruhi minat konsumen untuk membeli produk Abon Ikan Negeri Patin serta dapat meningkatkan penjualan.
2. Untuk mengetahui kesadaran merk (*brand awareness*), asosiasi merk (*brand associations*), persepsi kualitas (*perceived quality*), loyalitas merk (*brand loyalty*), dan aset merk (*brand asset*)

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian, yaitu:

Bagi peneliti

- a. Dapat mengetahui penerapan pengaruh *brand equity* terhadap keputusan pembelian Abon Ikan Negeri Patin studi kasus pada *outlet* Mega Rasa Pekanbaru
- b. Dapat menambah wawasan dan mengembangkan ilmu pengetahuan yang sudah di peroleh selama masa perkuliahan serta membandingkan teori dengan permasalahan yang ada di lapangan.

Bagi produsen Abon Ikan Negeri Patin, CV Graha Pratama Fish Koto Masjid

- a. Dengan penelitian ini dapat menjadi acuan atau masukan bagi CV Graha Pratama Fish Koto Masjid untuk lebih mengembangkan usaha dengan konsep *brand equity*.

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Penelitian dilakukan pada *outlet* Mega Rasa Pekanbaru.

Komponen data yang digunakan pada penelitian ini meliputi data penjualan.

Metode yang digunakan yaitu linear regresi berganda.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1.6 Posisi penelitian (5 Penelitian)

Berikut posisi penelitian pada Tabel 1.1 dibawah:

Tabel 1.1 Posisi Penelitian

No	Judul	Tahun	Penulis	Metode	Tujuan	Kesimpulan
1.	Pengaruh <i>Brand Equity</i> Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Outlet Elzatta Purwokerto).	2018	Nur Indah Rahmawati Maula	Kuantitatif dengan <i>purposive sampling</i>	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh brand equity dari variabel-variabel kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas dan loyalitas merek terhadap keputusan pembelian konsumen pada outlet Elzatta Purwokerto	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas dan loyalitas merek berpengaruh positif secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian konsumen Elzatta Purwokerto. Hasil pengujian ini menghasilkan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,538 artinya 53,8% variasi keputusan pembelian konsumen pada Elzatta Purwokerto dapat dijelaskan oleh variabel independen kesadaran merek, asosiasi merek,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penerjemahan atau keperluan lain yang sah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, p
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa

						persepsi kualitas dan loyalitas merek
2.	Pengaruh Ekuitas Merek (<i>Brand Equity</i>) terhadap Keputusan Pembelian Produk Iphone (Studi kasus pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Kristen Krida Wacana).	2018	S Sofiani, <u>F Colline</u>	Teknik <i>non-probability sampling</i> dengan metode <i>purposive sampling</i>	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ekuitas merek yang terdiri dari kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, dan loyalitas merek terhadap keputusan pembelian iPhone	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial kesadaran merek, asosiasi merek, dan loyalitas merek menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Persepsi kualitas tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian iPhone dan ditemukan juga bahwa loyalitas merek memiliki pengaruh paling dominan.
3.	Pengaruh <i>Brand Positioning</i> dan <i>Brand Equity</i> terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha	2019	M Memey, HL Siagian	Analisis statistik deskriptif, uji koefisien determinasi, analisis	Penelitian ini bertujuan untuk untuk menguji dan mengetahui pengaruh <i>positioning</i> merek dan ekuitas merek terhadap keputusan pembeli	Secara parsial ekuitas merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembeli. Kesimpulannya adalah terdapat pengaruh yang signifikan <i>positioning</i> merek dan ekuitas merek terhadap keputusan



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, p
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa

			regresi linier sederhana, uji asumsi klasik dan uji hipotesis serta analisis linear regresi berganda.	kendaraan.	pembelian kendaraan pada PT. Grup Arista	
4.	Pengaruh <i>Internal Brand Commitment</i> (IBC), <i>Internal Brand Knowledge</i> (IBK), Terhadap <i>Brand Equity</i> (IBE) studi pada nike di Jakarta	2017	NI Nabila	<i>Partial Least Square</i> digunakan dengan software Wrap PLS	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh <i>internal brand commitment</i> , <i>internal brand knowledge</i> terhadap <i>internal brand equity</i> di perusahaan Nike	Hasil analisis menunjukkan bahwa <i>internal brand commitment</i> , <i>internal brand knowledge</i> berpengaruh terhadap <i>internal brand equity</i>



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penerbitan buku, dan sebagainya
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa

			4.0		
--	--	--	-----	--	--

Tabel 1.1 Posisi Penelitian (Lanjutan)

Judul	Tahun	Penulis	Metode	Tujuan	Kesimpulan
Pengaruh <i>Brand Equity</i> Terhadap Keputusan Pembelian Abon Ikan Negeri Patin Studi Kasus pada <i>Outlet</i> Mega Rasa Pekanbaru	2021	Alfarozy	Linear Regresi Berganda	Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh <i>brand equity</i> terhadap keputusan pembelian Abon Ikan Negeri Patin studi kasus pada <i>outlet</i> Mega Rasa Pekanbaru	Diharapkan dengan penelitian ini menjadikan bahan rujukan bagi pelaku usaha untuk lebih memperkuat dan semakin baik dalam hal strategi pemasaran dengan penggunaan <i>brand equity</i> .

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.7 Sistematika Penulisan

Penggunaan sistematika dalam penulisan laporan ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan tentang latar belakang masalah dan segala hal yang dianggap menjadi penyebab perlunya dilakukan penelitian ini, rumusan masalah, tujuan dilakukan penelitian, manfaat dari penelitian, batasan masalah, posisi penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan referensi-referensi yang melandasi penelitian serta prinsip yang mendukung untuk penulisan laporan tugas akhir. Referensi – referensi yang di gunakan seperti pemasaran, kepuasan konsumen, *brand equity*, metode linear regresi berganda.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang langkah-langkah dalam melakukan penelitian. Dimulai dari studi pendahuluan, studi literatur sampai dengan pengambilan kesimpulan dan saran yang diberikan. Dalam bab ini metodologi penelitian juga ditampilkan dalam bentuk *flowchart*.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini berisi data-data yang telah dikumpulkan oleh penulis selama penelitian baik data primer maupun data sekunder. Selain itu, bab ini juga berisi pembahasan dari penelitian yang mana mengolah data dari data mentah menjadi sebuah penyelesaian sehingga bisa untuk dianalisa.

BAB V ANALISA

Bab ini berisikan tentang hasil dari pengolahan data yang telah dilakukan untuk dianalisa sesuai dengan kajian empiris dan berdasarkan referensi dan literatur tertentu.

BAB VI PENUTUP

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang ditujukan untuk penelitian selanjutnya.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

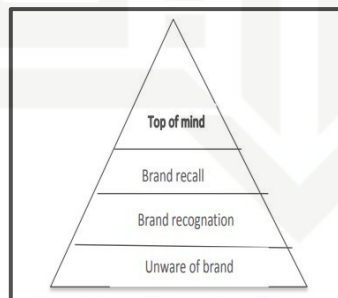
LANDASAN TEORI

2.1 *Brand Equity*

Brand Equity (Ekuitas Brand) Ekuitas Brand dapat dikelompokkan kedalam 5 kategori, loyalitas brand (*brand loyalty*), kesadaran brand (*brand awareness*), kesan kualitas (*perceived quality*), asosiasi-asosiasi brand sebagai tambahan terhadap kesan kualitas (*brand association*) dan aset-aset brand lainnya (Other Proprietary brand asset) seperti paten, cap, saluran hubungan.). Riset terhadap lima indikator ekuitas merk secara keseluruhan (overall brand equity). Indikator-indikator tersebut adalah Relevant, Popularity, Quality, Unique, familiarity.

2.1.1 *Brand Awareness*

Brand Awareness (Kesadaran Brand) Indikator-indikator brand awareness. Peran *brand awareness* dalam keseluruhan *brand equity* tergantung dari sejauh mana tingkatan kesadaran yang dicapai oleh suatu brand. Tingkatan kesadaran brand secara berurutan, dapat digambarkan sebagai piramida seperti di bawah ini.



Gambar 2.1 Piramida *Brand Awareness*
 Sumber : Rangkuti, Freddy (2006:40)

Penjelasan mengenai piramida *brand awareness* dari tingkat terendah sampai tingkat tertinggi adalah, *Unware of Brand* (tidak meyakini brand), *Recognition* (Pengenalan Brand), *Brand Recall* (Peningkatan kembali terhadap brand), *Top of Mind* (Puncak Pikiran). Iqbal at all, dapat membuktikan peranan *Brand Awareness* dalam mendukung citra Universitas. *Brand Asset* dapat



dijadikan dasar bagi standardisasi (re) *positioning* strategi *branding* dan metrik, dan menjadi salah satu faktor yang secara akurat memprediksi tingkat jumlah konsumen potensial serta bantuan pada team pemasaran

2.1.2 *Perceive Quality*

Perceive Quality (Kesan Kualitas) merupakan penilaian konsumen terhadap keunggulan atau superioritas produk secara keseluruhan, *perceived quality* didasarkan pada evaluasi subjektif konsumen (bukan manajer atau pakar terhadap kualitas produk. Riset Didi Subandi (2010) membuktikan bahwa faktor *Perceived Quality* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Mahasiswa. Didi Subandi menggunakan teori yang dikemukakan oleh (Darmadi, D, Sugiarto, Tony Sitinjak, 2001 : 98) Menggunakan Indikator –indikator alasan membeli, harga optimum, minat saluran distribusi, perluasan brand (*brand extension*) Riset John B. Green Jr. Ph.D. (2013) membuktikan bahwa *Brand Asset* dapat dijadikan dasar, melakukan (re) *positioning* strategi *branding* dan metrik, Riset tersebut menjadi pertimbangan bahwa *Perceive Quality* patut diteliti kembali pengaruhnya terhadap *Brand Equity* suatu produk maupun jasa.

2.1.3 *Brand Associaton*

Brand Associaton bahwa faktor *brand associaton* mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan. semakin tinggi *brand association* maka akan semakin tinggi kepuasan pelanggan. Tjiptono (2005:23), ekuitas brand kuat jika konsumen memiliki tingkat *awareness* dan *familiarity* yang tinggi, dan juga memiliki asosiasi yang kuat, unik serta memiliki arti yang positif bagi konsumen. Asosiasi brand dapat terbentuk dalam berbagai jenis yang dapat dikelompokkan menjadi 3 kategori), yaitu: Atribut, Manfaat, Attitude, John B. Green Jr. Ph.D. (2013), membuktikan bahwa bahwa *Image* atau citra produk menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam pengambilan keputusan terhadap pilihan yang akan diambil ketika menggunakan suatu produk maupun jasa.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mempublikasikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.1.4 Loyalitas Konsumen

Konsumen yang loyal merupakan aset tak ternilai bagi perusahaan karena karakteristik atau tingkatan bagi konsumen yang loyal. Melakukan pembelian berulang yang teratur (*repeat purchase*), pembelian antar lini produk dan jasa (*purchase across product lines*), mereferensikan ke orang lain (*referrals*), menunjukkan kekebalan terhadap tarikan pesaing (tidak mudah terpengaruh oleh daya tarik produk sejenis dari pesaing/*retention*).

2.2 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Pada dasarnya, UMKM adalah arti usaha atau bisnis yang dilakukan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil, maupun rumah tangga. Indonesia sebagai negara berkembang menjadikan UMKM sebagai pondasi utama sektor perekonomian masyarakat, hal ini dilakukan untuk mendorong kemampuan kemandirian dalam berkembang pada masyarakat khususnya dalam sektor ekonomi.

Perkembangan UMKM di Indonesia terus meningkat dari segi kualitasnya, hal ini dikarenakan dukungan kuat dari pemerintah dalam pengembangan yang dilakukan kepada para pegiat usaha UMKM, yang mana hal tersebut sangat penting dalam mengantisipasi kondisi perekonomian ke depan serta menjaga dan memperkuat struktur perekonomian nasional.

2.2.1 Kriteria Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Beberapa kriteria-kriteria tertentu supaya sebuah usaha dapat dikatakan sebagai UMKM, berikut ini adalah penjelasannya:

1. Usaha Mikro

Sebuah usaha bisa dikatakan sebagai UMKM bila memiliki keuntungan dari usahanya sebesar Rp. 300.000.000, dan memiliki aset atau kekayaan bersih minimal sebanyak Rp. 50.000.000. Kriteria dalam UMKM adalah sebuah usaha yang dimiliki oleh suatu lembaga atau badan usaha, atau perseorangan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Usaha Kecil

Usaha kecil adalah usaha yang memiliki pendapatan atau keuntungan dengan jumlah yang lebih kecil. Hasil keuntungan dari penjualan yang masuk kategori usaha kecil ini berkisar dari angka Rp. 300.000.000 sampai dengan Rp. 2.500.000.000.

3. Usaha Menengah

Usaha menengah adalah usaha yang dijalankan oleh seseorang, lembaga, atau kelompok yang berpatokan dengan peraturan UU. Untuk dapat disebut sebagai usaha menengah, terdapat dua ciri-ciri. Pertama, usaha menengah memiliki keuntungan dari usahanya sebesar Rp. 2.500.000.000 sampai dengan Rp. 50.000.000.000 dalam satu tahun. Sementara kekayaan bersih yang dimiliki oleh usaha menengah adalah sebesar Rp. 500.000.000 dalam satu tahun.

2.2.2 Undang-Undang yang Mengatur Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Secara lebih jelas, pengertian UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM, disebutkan bahwa pengertian UMKM didefinisikan sesuai dengan jenis usahanya, yaitu:

Usaha Mikro

Usaha Mikro merupakan usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut.

Usaha Kecil

Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Usaha Menengah

Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam UU tersebut.

Dalam Undang-Undang ini juga mengatur beragam aspek terkait UMKM, seperti asas dan ujuan serta prinsip dan pemberdayaannya. Asas dan tujuannya yaitu bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah berasaskan:

- Kekeluargaan
- Kemandirian
- Demokrasi ekonomi
- Kebersamaan
- Berkelanjutan
- Berwawasan lingkungan
- Keseimbangan kemajuan
- Efisiensi berkeadilan
- Kesatuan ekonomi nasional.

Di Indonesia prinsip pemberdayaan dan tujuan pemberdayaan UMKM juga diatur sebagai berikut:

- Penumbuhan kemandirian, kebersamaan, dan kewirausahaan UMKM untuk berkarya dengan prakarsa sendiri
- Pengembangan usaha yang berbasis potensi daerah dan berorientasi pasar
- Perwujudan kebijakan publik yang transparan, akuntabel dan berkeadilan
- Peningkatan daya saing UMKM
- Penyelenggaraan perencanaan, pelaksanaan, pengendalian secara terpadu



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mempublikasikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kelima hal tersebut dijadikan sebagai prinsip dalam pengembangan dan pemberdayaan UMKM yang dilakukan sebagai tujuan untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang, dan berkeadilan. Hal lain juga untuk mengembangkan kemampuan UMKM menjadi usaha yang Tangguh dan mandiri, serta meningkatkan peran Usaha Mikro, Kecil, Menengah dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan rakyat dari kemiskinan.

Keberlanjutan usaha (*business sustainability*) suatu UMKM dapat diketahui dengan melihat tingkat keberhasilan suatu bisnis dalam melakukan inovasi, mewujudkan kesejahteraan karyawan dan pelanggan, dan mengenai return on equity bisnisnya. Hal ini akan menunjukkan bagaimana perusahaan memiliki peluang untuk berkembang dan mampu berinovasi secara berkelanjutan (Mel hudson, Andi Smart, 2001). Indikator yang digunakan dalam mengukur keberhasilan UMKM diantaranya pertumbuhan keuangan, pertumbuhan strategi, pertumbuhan struktural, dan pertumbuhan organisasional (Wickham, 2006).

2.2.3 Bidang Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

UMKM yang ada di Indonesia beragam dan memiliki khasnya masing-masing. Berikut ini adalah beberapa contoh bidang dalam UMKM:

1. UMKM Bidang Kuliner

Usaha di bidang kuliner memang tidak ada habisnya, kita bisa berkreasi dengan berbagai macam ide untuk mengembangkan bisnis tersebut. Begitu pula dengan UMKM, banyak sekali jenis UMKM dalam bidang kuliner.

Meskipun sedang dilanda pandemik, tetapi para wirausaha tidak kehabisan akal. Makanan-makanan yang biasa dijual di pinggir jalan kini bisa dialihkan menjadi makanan berupa *frozen food* atau makanan kering.

2. UMKM Bidang Kecantikan

Kosmetik adalah salah satu yang sangat diperlukan, tidak hanya berkaitan dengan make up. Namun juga *skincare* yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Saat ini, banyak muncul jenis-jenis kosmetik yang merupakan UMKM.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mempublikasikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Produk yang dijual pun sangat bervariasi dan berasal dari berbagai negara. Terutama saat ini banyak sekali produk kosmetik dari Korea Selatan dan Tiongkok yang sangat digemari oleh masyarakat luas. Namun di samping masuknya berbagai macam produk luar, banyak juga UMKM yang gencar untuk memasarkan produk lokal yang juga tidak kalah bagus.

3. UMKM Bidang Fashion

Bidang fashion juga selalu berkembang mengikuti trend atau zamannya. Pakaian adalah barang yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat, sehingga bisnis jual beli pakaian selalu ramai. Oleh karena itu, banyak sekali UMKM yang membuka usaha pakaian rumahan.

Barang yang dijual pun bermacam-macam. Mulai dari pakaian, tas, kerudung, sepatu, dan lain-lain. Umumnya mereka memang tidak memproduksi secara langsung, melainkan menjadi seorang *reseller* atau impor pakaian thrift untuk dijual kembali. Temukan pembahasan lebih lanjut mengenai hal ini pada buku Menguak Daya Saing UMKM Industri Kreatif.

4. UMKM Bidang Agribisnis

Beberapa waktu ini banyak sekali masyarakat yang tertarik dengan bidang agribisnis. Salah satu contohnya yaitu dengan tanaman hias, banyak sekali masyarakat yang mulai mencari tanaman hias untuk koleksi. Salah satu tanaman yang terkenal adalah tanaman “Janda Bolong”, tanaman ini bahkan mencapai jutaan untuk harganya.

Akibatnya, banyak UMKM dalam bidang agribisnis bermunculan. Selain jual beli tanaman, barang yang dijual dalam bidang agribisnis ini bisa berupa alat-alat berkebun, pupuk, bibit tanaman, zat untuk tanaman, dan lain sebagainya.

5. UMKM Bidang Otomotif

Meskipun terlihat sulit, tetapi kini sudah banyak UMKM yang menjajal dunia otomotif. Tidak selalu mengenai mesin, usaha-usaha yang banyak dirintis UMKM di bidang ini seperti bengkel, tempat pencucian motor atau mobil, rental



mobil atau motor, sampai usaha jual beli barang-barang yang dibutuhkan oleh kendaraan.

2.2.4 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Bidang Kuliner Perikanan

Hasil perikanan Indonesia, dalam bentuk olahan maupun segar semakin diminati pasar domestik maupun luar negeri. Salah satu masalah ikan dalam bentuk segar ialah cepat membusuk. Maka dari itu perlu upaya mempertahankan mutu dengan solusi yang tepat agar ikan tetap sempurna atau dalam bentuk olahan. Dengan cara mengawetkan dan mengolahnya akan mendapatkan nilai ekonomis maupun *value added* untuk olahan ikan tersebut. (Afrianto dan Liviawaty, 2008).

Abon ikan merupakan salah satu bentuk olahan yang memberikan nilai tambah bagi pengelolanya dan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Produk yang dihasilkan mempunyai tekstur lembut, rasa enak dan mempunyai daya tahan yang relatif lama (Suryani, 2007) hingga mencapai lebih dari enam bulan. Sementara menurut Karyono dan Wachid (2012), abon ikan adalah produk olahan hasil perikanan yang diolah dari daging ikan, kombinasi dari proses penggilingan hingga penggorengan. Peralatan yang dibutuhkan pun relatif sederhana sehingga dalam memulai usaha ini tidak memerlukan biaya investasi yang besar. Oleh karena itu, usaha pengolahan abon ikan ini bisa dilakukan dalam skala usaha kecil. Hal ini membuat usaha ini sangat berpotensi untuk dikembangkan di beberapa wilayah di Indonesia yang memiliki sumber daya perikanan yang melimpah.

2.3 Pemasaran

Menurut Kotler (2001: 7) pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain. Pemasaran menurut Kartajaya (2006: xxvi) adalah sebuah disiplin ilmu bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan value dari suatu inisiator kepada stakeholder-nya yang dalam

Hak Cipta Ditanggung Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam islam. Kotler dan Armstrong (2001: 23) mendefinisikan konsep pemasaran adalah falsafah manajemen pemasaran yang berkeyakinan bahwa pencapaian sasaran organisasi tergantung pada penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran dan penyampaian kepuasan yang didambakan itu lebih efektif dan efisien daripada yang dilakukan pesaing.

Pengertian Manajemen Pemasaran Menurut Para Ahli - Manajemen Marketing Dalam dunia usaha yang semakin bersaing, tantangan yang dihadapi para produsen barang akan semakin berat dalam usahanya untuk memasukkan barangnya ke arena pertukaran. Segala usaha di bidang pemasaran (marketing) harus ditempuh sehingga penggarapan secara sungguh-sungguh agar tidak terlempar ke luar "percaturan" akibat semakin banyaknya orang yang sama dalam bidang yang telah digarap. Dalam persaingan yang semakin ketat, kegiatan peningkatan produksi tidak lagi dipandang sebagai masalah yang berat dibandingkan dengan kegiatan memasarkan barang yang dihasilkannya. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa keberhasilan dalam memasarkan merupakan kunci keberhasilan dari suatu perusahaan. Kegiatan pemasaran memiliki nilai positif baik dilihat dari sisi konsumen maupun dari sisi produsen. Dari sisi konsumen, pemasaran dipandang sebagai kegiatan yang dapat menawarkan berbagai alternatif alat pemuas kebutuhan, sehingga nilai kepuasan itu sendiri bertambah besar. Dari sisi produsen, pemasaran sebagai kegiatan untuk lebih meningkatkan pelayanan pemenuhan kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, pemasaran sesungguhnya bukan semata-mata berkaitan dengan kepentingan produsen saja melainkan juga kepentingan konsumen.

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidup, untuk berkembang, dan mendapatkan laba. Arti pemasaran biasanya sering disalahartikan dengan pengertian penjualan, perdagangan dan distribusi. Padahal istilah-istilah tersebut hanya merupakan satu bagian dari aktivitas pemasaran secara keseluruhan. Proses pemasaran dimulai jauh sebelum barang diproduksi dan tidak

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mempublikasikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam menjalankan niat pembelian, konsumen dapat membuat lima sub-keputusan pembelian yaitu keputusan atas merek, keputusan pemasok, keputusan kuantitas, keputusan waktu, dan keputusan metode pembayaran.

Analisis bauran pemasaran jasa yang mempengaruhi konsumen dalam memilih perusahaan jasa transportasi bis malam antar kota antar propinsi (studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya Malang). Dengan menggunakan alat analisis regresi linier berganda, variabel bauran pemasaran jasa sebagai variabel bebas. Sedangkan variabel terikatnya adalah keputusan konsumen dalam memilih perusahaan jasa transportasi bis malam antar kota antar propinsi. Jenis penelitian ini adalah penelitian survey yang bersifat menjelaskan. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya sejumlah 3236, sedangkan sampel yang diambil sejumlah 100 mahasiswa. Berdasarkan hasil perhitungan regresi linier berganda, diketahui bahwa secara simultan variabel bauran pemasaran berpengaruh signifikan dalam pemilihan perusahaan jasa transportasi bis malam antar kota antar propinsi. Sedangkan secara parsial hanya produk, harga, promosi dan orang yang berpengaruh secara signifikan. Variabel produk yang mempunyai pengaruh dominan dalam pemilihan perusahaan jasa transportasi bis malam antar kota antar propinsi. Analisis pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan konsumen dalam memilih hotel (studi pada Hotel Asida Batu).

Dari hasil analisis regresi linier berganda, dinyatakan bahwa seluruh variabel bauran pemasaran yang ada, secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen memilih hotel Asida Batu dan secara parsial variabel produk, promosi, dan bukti fisik tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen memilih hotel Asida Batu. Sedangkan variabel harga merupakan variabel yang dominan terhadap keputusan konsumen memilih hotel Asida Batu.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.4 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi disebut suatu individu atau subyek pada wilayah dan waktu dengan kualitas tertentu yang akan dilakukan penelitian. Populasi dibedakan menjadi populasi finit dan infinit.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian obyek untuk diambil dari keseluruhan obyek yang diteliti. Sampel digunakan dalam berbagai pengaturan di mana penelitian dilakukan.

2.5 Algoritma Regresi Linier

Algoritma regresi linier merupakan analisis statistika yang memodelkan hubungan beberapa variabel menurut bentuk hubungan persamaan linier eksplisit. Persamaan linier eksplisit adalah persamaan linier yang menempatkan suatu peubah secara tunggal pada salah satu persamaan (Syahputra.dkk, 2018). Model regresi digunakan untuk membuat taksiran mengenai variabel dependen disebut persamaan regresi estimasi, yaitu suatu formula matematis yang menunjukkan hubungan keterkaitan antara satu atau beberapa variabel yang nilainya sudah diketahui dengan suatu variabel yang nilainya belum diketahui. Dalam menggunakan model regresi perlu diyakini terlebih dahulu bahwa variabel yang digunakan dalam membangun model memiliki keterkaitan secara teoritis atau dapat diestimasi sebelumnya. Hal ini dikarenakan hubungan antar variabel dalam model regresi merupakan hubungan sebab akibat (causal relationship). Variabel didalam model regresi dibedakan menjadi dua yaitu variabel bebas (independen variabel) dan variabel terikat (dependen variabel). Variabel bebas adalah variabel yang nilainya akan mempengaruhi variabel lain, dan Variabel terikat adalah variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel lain. Dalam perkembangannya regresi linier terbagi dua, yaitu regresi linier sederhana dan regresi linier berganda. Regresi linier sederhana merupakan pemodelan regresi yang digunakan untuk menggambarkan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Bentuk umum persamaan regresi linier sederhana adalah sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \varepsilon$$

Model regresi linier berganda merupakan pengembangan dari model regresi linier sederhana. Jika pada model regresi linier sederhana hanya terdiri dari satu variabel bebas dan satu variabel terikat, maka pada regresi linier berganda jumlah variabel bebasnya lebih dari satu dan satu variabel terikat. Dengan bertambahnya variabel variabel bebas maka bentuk umum dari persamaan regresi linier berganda yang mencakup dua atau lebih variabel bebas adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k + \varepsilon$$

2.5.1 Algoritme Regresi Linier Berganda

Regresi Linear Berganda adalah untuk meramalkan pengaruh dua *variable predictor* atau lebih terhadap satu *variable kriterium* untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsional antara dua variabel bebas (X) atau lebih dengan sebuah *variable terikat* (Y). Bentuk persamaan garis regresi berganda adalah sebagai berikut :

Untuk 2 prediktor : $Y = b_1 + b_2 X_1 + b_3 X_2$

Untuk 3 prediktor : $Y = b_1 + b_2 X_1 + b_3 X_2 + b_4 X_3$

Untuk n prediktor : $Y = b_1 + b_2 X_1 + b_3 X_2 + \dots + b_n X_n$

Langkah-langkah dalam analisis regresi berganda adalah sebagai berikut :

1. Buatlah tabel penolong untuk regresi berganda.

Y	X ₁	X ₂	YX ₁	YX ₂	X ₁ X ₂	X ₁ ²	X ₂ ²	Y ²
Y	X ₁	X ₂	YX ₁	YX ₂	X ₁ X ₂	X ₁ ²	X ₂ ²	Y ²

2. Memasukkan nilai-nilai itu ke dalam persamaan.

$$Y = b_1 n + b_2 \sum X_1 + b_3 \sum X_2$$

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$YX1 = b1\Sigma X1 + b2\Sigma X1^2 + b3\Sigma X1X2$$

$$YX2 = b1\Sigma X2 + b2\Sigma X1X2 + b3\Sigma X2^2$$

2 Persamaan tersebut dapat dinyatakan dalam persamaan matriks berikut :

$$\begin{bmatrix} a_{11} & a_{12} & a_{13} \\ a_{21} & a_{22} & a_{23} \\ a_{31} & a_{32} & a_{33} \end{bmatrix} \begin{bmatrix} b_1 \\ b_2 \\ b_3 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} h_1 \\ h_2 \\ h_3 \end{bmatrix}$$

A B H

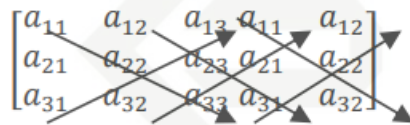
Dengan :

A : Matriks (diketahui)

H : Vektor Kolom (diketahui)

B : Vektor Kolom (tidak diketahui)

Dari matriks diatas kita dapat mencari determinan A = det(A)



$$\text{Det}(A) = a_{11}a_{22}a_{33} + a_{12}a_{23}a_{31} + a_{13}a_{21}a_{32} - a_{31}a_{22}a_{13} - a_{32}a_{23}a_{11} - a_{33}a_{21}a_{12}$$

Ada tiga persamaan dengan tiga variabel yang tidak diketahui nilainya yaitu b1, b2, b3 dan dapat dicari dengan rumus :

$$A_1 = \begin{bmatrix} h_1 & a_{12} & a_{13} \\ h_2 & a_{21} & a_{23} \\ h_3 & a_{32} & a_{33} \end{bmatrix} \quad A_2 = \begin{bmatrix} a_{11} & h_1 & a_{13} \\ a_{21} & h_2 & a_{23} \\ a_{31} & h_3 & a_{33} \end{bmatrix} \quad A_3 = \begin{bmatrix} a_{11} & a_{12} & h_1 \\ a_{21} & a_{21} & h_2 \\ a_{31} & a_{32} & h_3 \end{bmatrix}$$

3. Tuliskan persamaan garis regresi gandanya, dengan memasukkan nilai-nilai b1, b2, b3 ke dalam bentuk umum persamaan garis regresinya.

Analisis Regresi Linear Berganda adalah teknik untuk menentukan hubungan antara variabel yang ingin diprediksikan atau diramalkan (variabel tidak bebas) dengan variabel lain (variabel bebas). Dalam analisa regresi dikenal dua jenis variabel yakni variabel tergantung disebut juga variabel dependent yaitu

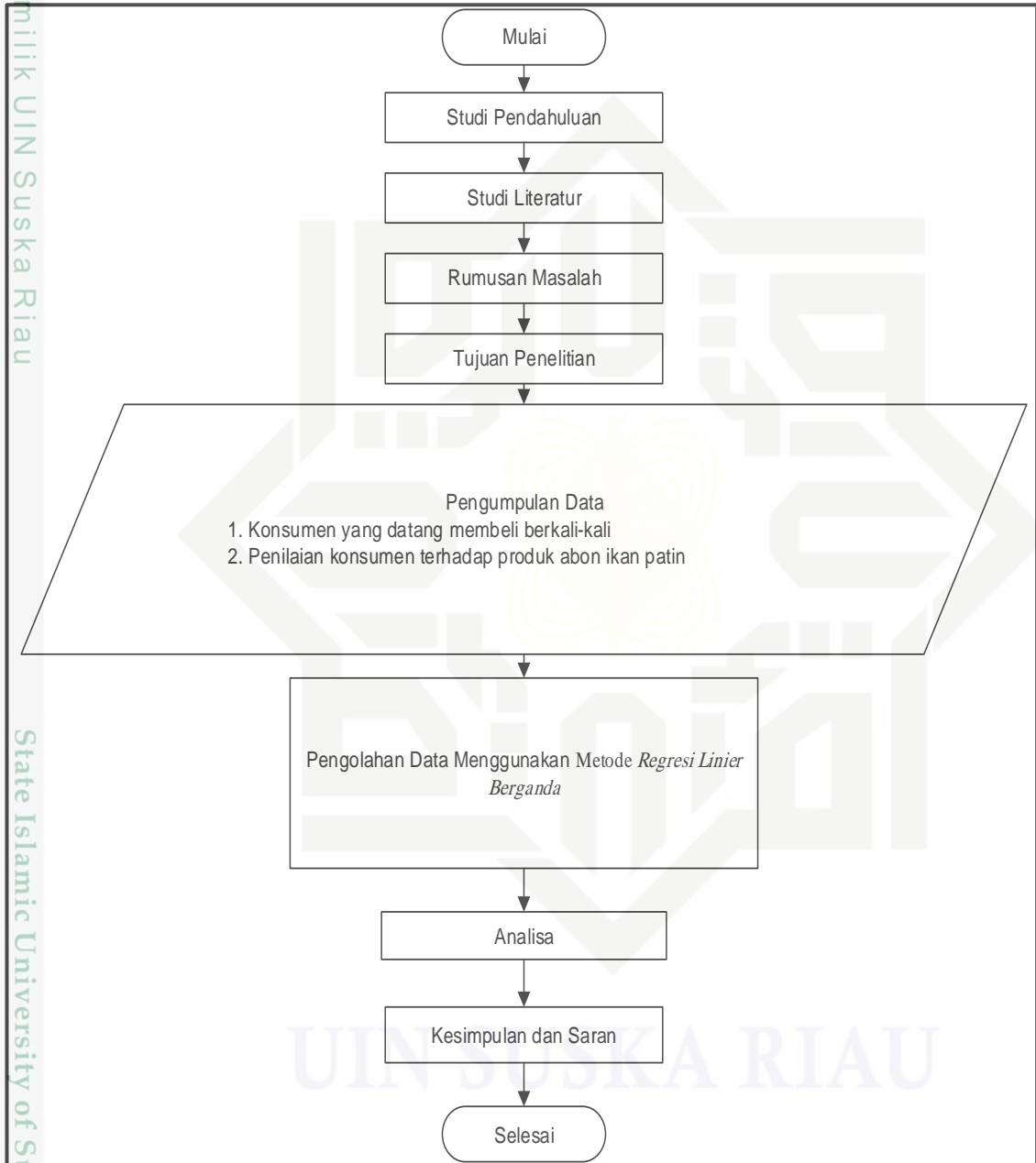
variabel yang keadaannya dipengaruhi oleh variabel lainnya yang sifatnya tidak dapat berdiri sendiri dan dinotasikan dengan Y, dan variabel bebas yang disebut sebagai variabel independent merupakan variabel yang mempengaruhi variabel yang lain, yang sifatnya berdiri sendiri.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian pada penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 3.1 Metodologi Penelitian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mempublikasikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.1 Studi Pendahuluan

Studi pendahuluan merupakan tahapan awal yang dilakukan peneliti dalam menentukan judul penelitian. Tahapan ini berisikan observasi untuk menentukan topik yang akan diteliti. Pada tahap ini merupakan tahapan penting yang harus dilakukan Penulis untuk dapat memperoleh pemahaman tentang topik yang akan diteliti dan merancang penelitian yang efektif.

3.2 Studi Literatur

Studi literatur merupakan langkah yang dilakukan setelah melakukan studi pendahuluan. Pada tahap ini dilakukannya studi literatur tentang objek yang akan diteliti. Studi literatur dilakukan dengan membaca dan menganalisis penelitian-penelitian yang berkaitan dengan judul yang akan diteliti, jurnal ilmiah, buku, artikel, dan sumber-sumber terpercaya lainnya.

3.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah merupakan pertanyaan yang berkaitan dengan tujuan dari penelitian. Sehingga pertanyaan tersebut sangat penting untuk menggambarkan isu yang akan dibahas oleh peneliti. Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah Bagaimana Analisis Pengaruh *Brand Equity* terhadap Keputusan Pembelian Abon Ikan Negeri Patin Menggunakan Metode *analisis regresi linier* di Outlet Mega Rasa Pekanbaru?

3.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan hasil yang diharapkan oleh peneliti berdasarkan tahapan-tahapan yang dilakukan. Tujuan penelitian merupakan hasil akhir yang akan dicapai dengan dilakukannya penelitian. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa Pengaruh *Brand Equity* terhadap Keputusan Pembelian Abon Ikan Negeri Patin Menggunakan Metode *analisis regresi linier* Berganda.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.5 Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan observasi, wawancara, pengisian kuesioner dan pengambilan dokumentasi. Dokumentasi dengan cara merekam aktivitas yang dilakukan di outlet mega rasa pekanbaru dalam bentuk gambar atau video.

3.6 Pengolahan Data

Pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian ini pada metode Metode *regresi linier berganda* dilakukan penyebaran kuesioner terlebih dahulu pada Customer Outlet Mega Rasa Pekanbaru

3.7 Analisa

Analisa adalah proses yang digunakan untuk memeriksa, menginterpretasikan, dan memahami data yang dikumpulkan dalam konteks penelitian atau studi tertentu. Analisis data bertujuan untuk mengungkap pola, hubungan, tren, atau temuan yang signifikan dari data yang telah dikumpulkan.

3.8 Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan adalah ringkasan singkat dari hasil analisis atau temuan yang telah diperoleh dari penelitian atau studi. Ini adalah bagian penting dari tulisan yang memberikan gambaran umum tentang apa yang telah dipelajari dan apa yang dapat disimpulkan dari data yang telah dikumpulkan dan dianalisis. Kesimpulan menggambarkan jawaban atas pertanyaan penelitian atau tujuan penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan tujuan penelitian serta hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka diperoleh kesimpulan bahwa :

1. Berdasarkan uji signifikan simultan (Uji F) membuktikan bahwa variabel kesadaran merk, asosiasi merk, persepsi kualitas, dan loyalitas merk secara bersama-sama berpengaruh terhadap pembelian Abon Ikan Negeri Patin di Mega Rasa Pekanbaru. Dan pada uji signifikan parsial (Uji T) membuktikan bahwa seluruh variabel bebas yang terlibat berpengaruh signifikan terhadap pembelian Abon Ikan Negeri Patin di Mega Rasa Pekanbaru.
2. Hasil dari perhitungan koefisien determinasi (R^2) menyatakan bahwa pada semua variabel bebas yaitu kesadaran merk, asosiasi merk, persepsi kualitas, dan loyalitas merk pada penelitian ini mampu menjelaskan variabel terikat yaitu keputusan pembelian Abon Ikan Negeri Patin di Mega Rasa Pekanbaru sebesar 71,8%, dan sisanya 28,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

6.2 Saran

Dari hasil analisis dan kesimpulan serta keterbatasan penelitian, maka saran untuk penelitian selanjutnya adalah :

1. Penelitian selanjutnya agar dapat menambahkan variabel lain yang belum digunakan seperti harga, asset merk, dan lain-lain
2. Dapat menggunakan sampel yang lebih besar dengan menambahkan jumlah penyebaran kuesioner agar data semakin valid
3. Dapat menambahkan uji-uji asumsi yang belum dibahas dalam penelitian ini

Daftar Pustaka

- Pangabean, D. O., Buulola, E., & Silalahi, N. (2020). Penerapan Data Mining Untuk Memprediksi Pemesanan Bibit Pohon Dengan. *Riset Komputer*, 56-62.
- Sundari, S. R., & Umbara, D. S. (2019). PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK. *Manajemen dan Bisnis*, 36-43.
- Tardan, H., & Winarti, E. (2021). PERCEIVE QUALITY POSITIF MEMPERKUAT BRAND EQUITY. *Lentera Bisnis*, 15-18.
- Wisudaningsih, B. A., Arofah, I., & Belang, K. A. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP. *Statistika dan Matematika*, 103-116.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran A. Kuesioner

Angket (Kuesioner) Pengaruh *Brand Equity* Terhadap Keputusan Pembelian Abon Ikan Negeri Patin

Nama :
 Umur :
 Jenis Kelamin : (a) Laki – Laki (b) Perempuan
 Pendidikan Terakhir : (a) SMP (b) SMA (c) Sarjana
 Pekerjaan : (a) PNS (b) Karyawan Swasta
 (c) Mahasiswa (d) DII

Berilah tanda (✓) atau (x) atas jawaban yang anda anggap paling tentang keputusan pembelian abon ikan negeri patin yang anda dapatkan selama menjadi konsumen, dimana masing-masing pertanyaan diberi skor sebagai berikut :

SS : Sangat Setuju = 5
 S : Setuju = 4
 N : Netral = 3
 TS : Tidak Setuju = 2
 STS : Sangat Tidak Setuju = 1

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Konsumen mampu mengingat merk					
2	Kosumen mampu mengenali merk					
3	Konsumen mampu mengenali produk dengan mudah					
4	Konsumen mampu untuk mengaitkan merk dengan kategori tertentu					
5	Harga terjangkau					
6	Padat pengunjung					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7	Kenyamanan untuk berbelanja					
8	Variasi makanan beraneka ragam					
9	Makanan memiliki rasa yang enak					
10	Produk sesuai dengan menu					
11	Porsi yang disediakan sesuai dengan menu					
12	Produk memiliki kualitas yang bagus					
13	Konsumen akan datang lagi dikemudian hari					
14	Mega Rasa merupakan pilihan utama tempat berbelanja oleh-oleh khas Pekanbaru					
15	Konsumen merekomendasikan berbelanja oleh-oleh di Mega Rasa Pekanbaru					
16	Konsumen tidak akan berpindah ke toko oleh-oleh lainnya					
17	Kualitas produk tidak berubah					
18	Konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan					
19	Konsumen merasa puas dengan rasa dan kualitas produk					
20	Konsumen tidak memiliki keluhan terhadap rasa makanan					



Lampiran B. Uji Validitas dan Reliabilitas

Kesadaran Merk (X1)

		Correlations				Kesadaran Merk
		X11	X12	X13	X14	
X11	Pearson Correlation	1	,867**	,504	,783**	,911**
	Sig. (2-tailed)		,001	,137	,007	,000
	N	30	30	30	30	30
X12	Pearson Correlation	,867**	1	,667*	,625	,921**
	Sig. (2-tailed)	,001		,035	,053	,000
	N	30	30	30	30	30
X13	Pearson Correlation	,504	,667*	1	,379	,769**
	Sig. (2-tailed)	,137	,035		,280	,009
	N	30	30	30	30	30
X14	Pearson Correlation	,783**	,625	,379	1	,811**
	Sig. (2-tailed)	,007	,053	,280		,004
	N	30	30	30	30	30
Kesadaran Merk	Pearson Correlation	,911**	,921**	,769**	,811**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,009	,004	
	N	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,865	4

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 - Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Asosiasi Merk (X2)

Correlations

		X21	X22	X23	X24	Asosiasi Merk
X21	Pearson Correlation	1	,592	,725*	,940**	,937**
	Sig. (2-tailed)		,071	,018	,000	,000
	N	30	30	30	30	30
X22	Pearson Correlation	,592	1	,408	,661*	,767**
	Sig. (2-tailed)	,071		,242	,037	,010
	N	30	30	30	30	30
X23	Pearson Correlation	,725*	,408	1	,810**	,822**
	Sig. (2-tailed)	,018	,242		,005	,004
	N	30	30	30	30	30
X24	Pearson Correlation	,940**	,661*	,810**	1	,975**
	Sig. (2-tailed)	,000	,037	,005		,000
	N	30	30	30	30	30
Asosiasi Merk	Pearson Correlation	,937**	,767**	,822**	,975**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,010	,004	,000	
	N	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,897	4

Persepsi Kualitas (X3)

Correlations

		X31	X32	X33	X34	Persepsi Kualitas
X31	Pearson Correlation	1	,602	,769**	,905**	,951**
	Sig. (2-tailed)		,065	,009	,000	,000
	N	30	30	30	30	30
X32	Pearson Correlation	,602	1	,783**	,364	,793**
	Sig. (2-tailed)	,065		,007	,301	,006
	N	30	30	30	30	30



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

X33	Pearson Correlation	,769**	,783**	1	,557	,891**
	Sig. (2-tailed)	,009	,007		,094	,001
	N	30	30	30	30	30
X34	Pearson Correlation	,905**	,364	,557	1	,823**
	Sig. (2-tailed)	,000	,301	,094		,003
	N	30	30	30	30	30
Persepsi Kualitas	Pearson Correlation	,951**	,793**	,891**	,823**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,006	,001	,003	
	N	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,885	4

Loyalitas Merk (X4)

Correlations

		X41	X42	X43	X44	Loyalitas Merk
X41	Pearson Correlation	1	,905**	,364	,557	,823**
	Sig. (2-tailed)		,000	,301	,094	,003
	N	30	30	30	30	30
X42	Pearson Correlation	,905**	1	,602	,769**	,951**
	Sig. (2-tailed)	,000		,065	,009	,000
	N	30	30	30	30	30
X43	Pearson Correlation	,364	,602	1	,783**	,793**
	Sig. (2-tailed)	,301	,065		,007	,006
	N	30	30	30	30	30
X44	Pearson Correlation	,557	,769**	,783**	1	,891**
	Sig. (2-tailed)	,094	,009	,007		,001
	N	30	30	30	30	30
Loyalitas Merk	Pearson Correlation	,823**	,951**	,793**	,891**	1
	Sig. (2-tailed)	,003	,000	,006	,001	
	N	30	30	30	30	30



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,885	4

Keputusan Pembelian (Y)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Keputusan Pembelian
Y1	Pearson Correlation	1	,676*	,420	,535	,753*
	Sig. (2-tailed)		,032	,227	,111	,012
	N	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	,676*	1	,843**	,877**	,968**
	Sig. (2-tailed)	,032		,002	,001	,000
	N	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	,420	,843**	1	,837**	,876**
	Sig. (2-tailed)	,227	,002		,003	,001
	N	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	,535	,877**	,837**	1	,920**
	Sig. (2-tailed)	,111	,001	,003		,000
	N	30	30	30	30	30
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	,753*	,968**	,876**	,920**	1
	Sig. (2-tailed)	,012	,000	,001	,000	
	N	30	30	30	30	30

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,902	4



Lampiran C. Karakteristik Responden

No.	Nama	Jenis Kelamin	Umur	Pendidikan	Pekerjaan
1	Shofia	Perempuan	18	SMA / SMK	Mahasiswa
2	Dewi	Perempuan	32	Perguruan Tinggi	PNS
3	Sahudin Hatta	Laki-Laki	33	Perguruan Tinggi	Karyawan Swasta
4	Rahmat Ds	Laki-Laki	34	Perguruan Tinggi	PNS
5	Dian	Perempuan	35	Perguruan Tinggi	PNS
6	Sri	Perempuan	22	Perguruan Tinggi	Mahasiswa
7	Sadiq	Laki-Laki	37	Perguruan Tinggi	PNS
8	Basuki	Laki-Laki	39	Perguruan Tinggi	Karyawan Swasta
9	Rahmat	Laki-Laki	32	Perguruan Tinggi	PNS
10	Nur	Perempuan	45	Perguruan Tinggi	PNS
11	Putri	Perempuan	25	Perguruan Tinggi	Karyawan Swasta
12	Chintya	Perempuan	27	Perguruan Tinggi	PNS
13	Sari	Perempuan	25	Perguruan Tinggi	Karyawan Swasta
14	Ibrahim	Laki-Laki	55	Perguruan Tinggi	PNS
15	Rahim	Laki-Laki	50	Perguruan Tinggi	Karyawan Swasta
16	Musliadi	Laki-Laki	51	Perguruan Tinggi	PNS
17	Ayu	Perempuan	25	SMA / SMK	Karyawan Swasta
18	Syahrir	Laki-Laki	44	Perguruan Tinggi	Karyawan Swasta
19	Azizah	Perempuan	29	SMA / SMK	Karyawan Swasta
20	Aisyah	Perempuan	28	Perguruan Tinggi	PNS
21	Latif	Laki-Laki	43	Perguruan Tinggi	PNS
22	Adiratna	Perempuan	31	Perguruan Tinggi	PNS
23	Aini	Perempuan	32	SMA / SMK	IRT
24	Arsyad	Laki-Laki	33	SMA / SMK	Karyawan Swasta
25	Arina	Perempuan	49	Perguruan Tinggi	Karyawan Swasta
26	Peni	Perempuan	32	Perguruan Tinggi	PNS
27	Rafen Sinaga	Laki-Laki	32	Perguruan Tinggi	PNS
28	Kamila	Perempuan	32	Perguruan Tinggi	Karyawan Swasta
29	Danastri	Perempuan	33	Perguruan Tinggi	PNS
30	Aris	Laki-Laki	33	Perguruan Tinggi	Karyawan Swasta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



NO	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TX1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TX2	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	TX3	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	TX4	Y1	Y2	Y3	Y4	TY
1	5	4	4	4	17	4	5	5	4	18	4	4	5	4	17	4	4	4	5	17	4	4	4	5	17
2	5	5	4	4	18	3	5	5	5	18	5	4	4	5	18	3	5	5	5	18	4	5	4	4	17
3	3	3	3	3	12	3	4	3	5	15	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	4	4	4	4	16
4	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19	5	5	4	5	19	4	5	5	4	18	4	4	5	4	17
5	5	5	4	4	18	5	4	5	5	19	5	4	5	5	19	3	5	5	5	18	4	5	4	5	18
6	4	3	3	3	13	3	4	4	3	14	3	3	4	4	14	4	5	4	4	17	4	4	5	4	17
7	3	5	3	3	14	5	5	3	5	18	5	3	4	4	16	3	4	4	3	14	4	4	5	4	17
8	3	5	5	5	18	4	4	3	5	16	5	5	4	3	17	3	4	3	4	14	5	3	4	5	17
9	4	3	3	3	13	3	4	4	4	15	3	3	3	5	14	3	3	5	4	15	4	4	5	4	17
10	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19	5	5	4	5	19	4	4	5	4	17	5	5	4	3	17
11	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19	5	5	5	3	18	4	3	3	4	14	4	4	4	4	16
12	3	3	4	3	13	3	3	3	3	12	3	3	3	4	13	3	3	4	4	14	4	4	4	5	17
13	3	5	5	5	18	4	5	3	5	17	5	5	5	4	19	5	5	4	4	18	4	4	5	5	18
14	5	3	4	4	16	3	5	5	3	16	3	4	5	5	17	3	3	5	4	15	4	5	4	4	17
15	4	4	3	3	14	4	4	4	5	17	4	3	4	3	14	3	4	3	4	14	4	5	4	4	17
16	5	5	4	4	18	4	4	5	5	18	5	4	4	4	17	3	3	4	4	14	4	4	5	4	17
17	5	4	4	3	16	4	4	5	4	17	4	3	3	4	14	3	3	4	4	14	4	4	4	4	16
18	5	4	4	4	17	4	4	5	4	17	4	4	3	4	15	4	3	4	5	16	4	4	5	3	16
19	4	4	3	3	14	3	3	4	4	14	4	3	4	3	14	3	3	3	3	12	4	4	4	4	16
20	3	3	4	3	13	3	3	3	3	12	3	3	3	4	13	4	4	4	4	16	4	5	5	3	17
21	5	4	4	4	17	4	3	5	3	15	4	4	4	4	16	3	3	4	4	14	4	4	4	5	17
22	3	4	4	4	15	4	4	3	4	15	4	4	5	4	17	5	4	4	4	17	4	4	5	5	18
23	5	4	4	3	16	5	3	5	4	17	4	3	4	3	14	3	3	3	4	13	4	3	5	4	16
24	4	4	4	4	16	4	3	4	5	16	4	4	3	4	15	3	4	4	4	15	4	4	4	5	17

- Hak Cipta Diindungi Undang-Undang
1. Dianggap mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa menuliskan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penerbitan buku, atau untuk keperluan lain yang sah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dianggap mengutip dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



5	4	3	3	15	3	3	5	4	15	4	3	3	4	14	3	3	4	4	14	4	4	5	3	16	
26	4	3	4	4	15	3	4	4	3	14	3	4	3	13	4	3	3	4	14	4	3	4	5	16	
27	5	3	3	3	14	3	4	5	3	15	3	3	5	4	15	5	4	4	17	4	4	5	4	17	
28	5	4	4	4	17	4	4	5	4	17	4	4	4	16	5	4	4	4	17	4	4	4	5	17	
29	4	3	3	3	13	3	3	4	4	14	3	3	5	4	15	4	4	4	3	15	4	4	5	4	17
30	4	3	4	3	14	3	4	4	3	14	3	3	4	4	14	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic Univ

Hak Cipta dilindungi undang-undang

1. Di larang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, p
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Di larang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa



UIN SUSKA RIAU

BIOGRAFI PENULIS

Alfarozy lahir di Air Hitam pada tanggal 09 September 1997. Penulis merupakan anak dari pasangan suami istri yang bernama Bapak Amirudin dan Ibu Neni. Adapun perjalanan pendidikan penulis sebagai berikut:

Memasuki SDN 007 AIR HITAM dan lulus pada tahun 2010

Memasuki SMP ISLAM KEPENUHAN dan lulus pada tahun 2013

Memasuki SMA KEPENUHAN dan lulus pada tahun 2016

Terdaftar sebagai Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan (UIN) Syarif Kasim Riau, Jurusan Teknik Industri

Tugas Akhir



Tahun 2004

Tahun 2010

Tahun 2013

Tahun 2016

Laporan

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

