

**HUBUNGAN EKUITAS MEREK DENGAN PROSES PENGAMBILAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN JAMU SEGAR DI WARUNG JAMU
GINGGANG YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Pertanian

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Sebagai Syarat Guna Memperoleh

Derajat Sarjana Pertanian



Diajukan oleh:

Eliyana Zulfa

20130220113

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2017

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalaamu'alykum Warohmatullahi Wabarakaatuh.

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang senantiasa menganugrahkan kenikmatan iman dan islam. Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan pengikutnya hingga akhir zaman. Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Hubungan Ekuitas Merek Dengan Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Jamu Segar di Warung Jamu Gingsang Yogyakarta**” sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian pada Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan tidak terlepas dari bantuan beberapa pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Widodo, M.P., selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan arahan, masukan, motivasi, dan dukungan selama penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Aris Slamet Widodo, S.P. M.Sc., selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang telah memberikan arahan, masukan, motivasi, dan dukungan selama penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Dr. Susanawati SP. MP., selaku Dosen Penguji yang telah memberikan kritik dan saran demi perbaikan dan kesempurnaan skripsi ini.

4. Bapak Sutrisno, SP. MP., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan semangat dan dukungan selama perkuliahan.
5. Para dosen, staff, dan seluruh civitas akademika FP UMY yang telah memberikan ilmu dan bantuan kepada penulis selama menjalani studi.
6. Pemilik dan seluruh pihak Warung Jamu Gingsang yang telah memberikan izin kepada penulis dalam melakukan penelitian dan pengumpulan data.
7. Seluruh responden di Warung Jamu Gingsang yang telah membantu dalam partisipasi dalam pengisian kuesioner penelitian.
8. Ibu, Bapak dan segenap keluarga beserta teman-teman agribisnis 2013 atas doa dan dukungan yang selama ini diberikan.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh sebab itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Wassalaamu'alaykum Warohmatullahi Wabarakaatuh.

Yogyakarta, 30 Agustus 2017
Penulis,

Eliyana Zulfa

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
INTISARI.....	ix
<i>Abstract</i>	x
I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Tujuan Penelitian	4
C. Kegunaan Penelitian	4
II. KERANGKA PENDEKATAN TEORI.....	5
A. Tinjauan Pustaka.....	5
B. Kerangka Pemikiran.....	24
C. Hipotesis	26
III. METODE PENELITIAN	27
A. Teknik Pengambilan Sampel	27
B. Teknik Pengumpulan Data.....	28
C. Pembatasan Masalah	30
D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	30
E. Teknik Analisis data	34
IV. KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN	40
A. Keadaan Fisik Kota Yogyakarta	40
B. Sejarah Warung Jamu Ginggang.....	43
C. Lokasi Warung Jamu Ginggang.....	44

D. Manajemen Warung Jamu Gingsang.....	44
E. Tenaga Kerja Warung Jamu Gingsang.....	45
F. Menu dan Harga di Warung Jamu Gingsang	46
G. Fasilitas dan Layanan di Warung Jamu Gingsang	46
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	48
A. Profil Konsumen Warung Jamu Gingsang	48
B. Perilaku Pembelian Konsumen	54
C. Ekuitas Merek Jamu Gingsang	60
D. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Jamu Gingsang	68
E. Hubungan Ekuitas Merek dengan Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Jamu Segar di Warung Jamu Gingsang	75
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	84
A. Kesimpulan	84
B. Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN.....	88

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Jenis Tanaman Obat Untuk Jamu	7
Tabel 2. Waktu Penelitian Konsumen di Warung Jamu Gingsang	28
Tabel 3. Interval Kategori Skor Setiap Indikator Pertanyaan	35
Tabel 4. Interval Kategori Skor Pengenalan Masalah.....	35
Tabel 5. Interval Kategori Skor Pencarian Informasi	36
Tabel 6. Interval Kategori Skor Evaluasi Alternatif	36
Tabel 7. Interval Kategori Skor Keputusan Pembelian.....	37
Tabel 8. Interval Kategori Skor Perilaku Pasca Pembelian	37
Tabel 9. Interval Kategori Skor Ekuitas Merek	37
Tabel 10. Jumlah Penduduk Kota Yogyakarta Menurut Jenis Kelamin	42
Tabel 11. Jumlah Tenaga Kerja Berdasarkan Pembagian Pekerjaan di Warung Jamu Gingsang	46
Tabel 12. Macam Produk Jamu Segar dan Khasiatnya.....	46
Tabel 13. Distribusi Konsumen Berdasarkan Profil Konsumen di Warung Jamu Gingsang (Tanggal 1 sampai 9 April 2017)	49
Tabel 14. Pembelian Jamu Segar Oleh Konsumen di Warung Jamu Gingsang Menurut Jenis Kelamin.....	55
Tabel 15. Alasan Pembelian Jamu Segar Oleh Konsumen di Warung Jamu Gingsang.....	57
Tabel 16. Frekuensi Pembelian Konsumen di Warung Jamu Gingsang (Tanggal 1 sampai 9 April 2017).....	59
Tabel 17. Distribusi Jawaban dan Rata-Rata Skor Kesadaran Merek Jamu Gingsang.....	61
Tabel 18. Distribusi Jawaban dan Rata-Rata Skor Asosiasi Merek Jamu Gingsang.....	62

Tabel 19. Distribusi Jawaban dan Rata-Rata Skor Persepsi Kualitas Jamu Gingsang.....	64
Tabel 20. Distribusi Jawaban dan Rata-Rata Skor Loyalitas Merek Jamu Gingsang.....	66
Tabel 21. Distribusi Jawaban dan Rata-Rata Skor Pencarian Informasi Jamu Gingsang.....	69
Tabel 22. Distribusi Jawaban dan Rata-Rata Skor Evaluasi Alternatif Jamu Gingsang.....	71
Tabel 23. Distribusi Jawaban dan Rata-Rata Skor Keputusan Pembelian Jamu Gingsang.....	73
Tabel 24. Distribusi Jawaban dan Rata-Rata Skor Perilaku Pasca Pembelian Jamu Gingsang.....	74
Tabel 25. Tingkat Korelasi Antara Variabel Ekuitas Merek Dengan Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Jamu Segar Di Warung Jamu Gingsang.....	76

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Piramida <i>Brand Awareness</i>	10
Gambar 2. Piramida loyalitas merek yang belum memiliki ekuitas merek yang kuat	15
Gambar 3. Piramida loyalitas merek yang memiliki ekuitas merek yang kuat.....	16
Gambar 4. Model lima tahap proses pembelian konsumen	17
Gambar 5. Kerangka Pemikiran.....	26
Gambar 6. Manajemen Kerja di Warung Jamu Ginggang.....	44

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	89
Lampiran 2. Tabulasi Data.....	94
Lampiran 3. Hasil Korelasi <i>Rank Spearman</i> Hubungan Kesadaran Merek dengan Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Jamu Segar di Warung Jamu Gingsang.....	97
Lampiran 4. Hasil Korelasi <i>Rank Spearman</i> Hubungan Asosiasi Merek dengan Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Jamu Segar di Warung Jamu Gingsang.....	99
Lampiran 5. Hasil Korelasi <i>Rank Spearman</i> Hubungan Persepsi Kualitas dengan Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Jamu Segar di Warung Jamu Gingsang.....	101
Lampiran 6. Hasil Korelasi <i>Rank Spearman</i> Hubungan Loyalitas Merek dengan Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Jamu Segar di Warung Jamu Gingsang.....	103
Lampiran 7. Daftar Menu Jamu Biasa dan Harga Di Warung Jamu Gingsang	105
Lampiran 8. Daftar Menu Jamu Telor dan Harga Di Warung Jamu Gingsang	105
Lampiran 9. Perhitungan <i>t-test</i> Antara Variabel Ekuitas Merek dengan Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Jamu Segar di Warung Jamu Gingsang	106