

PENGARUH *ADVERTISING SPENDING*, DAN *DISTRIBUTION INTENSITY* MELALUI KESADARAN MEREK, DAN CITRAMEREK TERHADAP EKUITAS MEREK MCDONALD'S DI SURABAYA

Skripsi S-1



OLEH:

SETIAWAN NUGROHO

3103007330

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2011

**PENGARUH *ADVERTISING SPENDING*, DAN *DISTRIBUTION INTENSITY* MELALUI KESADARAN MEREK, DAN CITRA MEREK TERHADAP EKUITAS MEREK
MCDONALD'S DI SURABAYA**

SKRIPSI

Ini diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

OLEH:
SETIAWAN NUGROHO
3103007330

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA

2011

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH *ADVERTISING SPENDING*, DAN *DISTRIBUTION INTENSITY* MELALUI KESADARAN MEREK, DAN CITRA MEREK TERHADAP EKUITAS MEREK MCDONALD'S DI SURABAYA

Oleh :

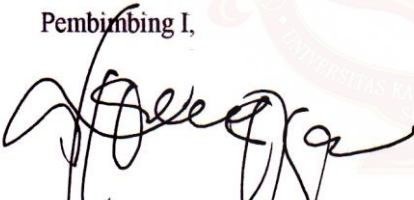
SETIAWAN NUGROHO

3103007330

Telah disetujui dan Diterima Untuk Diajukan

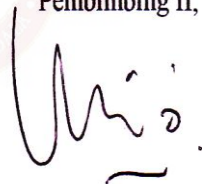
Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Lena Ellitan, Ph.D.
Tanggal: 8/6/2011

Pembimbing II,

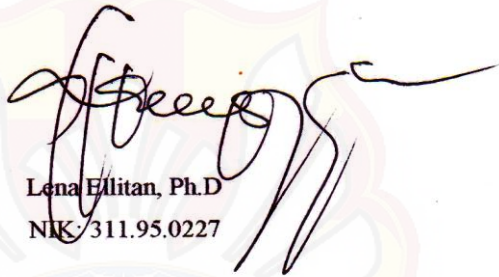


Maria Mia Kristanti, SE.MM
Tanggal: 15/6/2011

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : SETIAWAN NUGROHO, NRP: 3103007330
telah diuji pada tanggal 12 Juli 2011 dan dinyatakan lulus oleh :

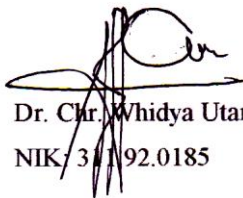
Ketua Tim Penguji



Lena Ellitan, Ph.D
NIK: 311.95.0227

Mengetahui :

Dekan,



Dr. Chr. Whidya Utami, MM
NIK: 311.92.0185

Ketua Jurusan,



Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM
NIK: 311.89.0152

PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : SETIAWAN NUGROHO

NRP : 3103007330

Judul : Pengaruh *Advertising Spending*, dan *Distribution Intensity* melalui Kesadaran Merek, dan Citra Merek terhadap Ekuitas Merek Mcdonald's di Surabaya

Menyatakan bahwa tugas akhir ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di *internet* atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 19 Juli 2011

Yang Menyatakan,



(SETIAWAN NUGROHO)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala kelimpahan dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Adapun maksud dan tujuan penulisan skripsi ini adalah guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen di Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penyusunan dan penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Christina Whidya Utami, MM., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Drs. Yulius Runtu, M.Si., selaku Sekretaris Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Drs. Ec. Julius Koesworo, MM., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Ibu Lena Ellitan, Ph.D., selaku dosen pembimbing I jurusan manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
5. Ibu Maria Mia Kristanti, MM., selaku dosen pembimbing II jurusan manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

6. Bapak Hendro Susanto, MM., Ibu Dr. Christina Esti Susanti, MM., selaku dosen-dosen rumpun pemasaran jurusan manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
7. Bapak Drs. Ec. Siprianus Salvatore Sina, MM., selaku dosen jurusan manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
8. Segenap dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama perkuliahan.
9. Orang tua, dan adik yang telah mendukung penulis, baik dalam doa, material, dan sebagainya untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman KTB Elyon Satelite, antara lain : Ev.Davy Edwin Hartanto, David Kasogi, Halim Tri, Emil D.C, Christian Widjaja.
11. *My best friends from* GKA Elyon, antara lain : Zoenaedy Soenjoto, Diana, Gerry Gunawan Taslim, Bagus Saputra, Verenia Thaha, Felix Fatkan, Sherly Yohanna, Hariaty Tyty, Fransiska Oktavia, Fanny Yuwono, Sandy, Stephen, Fellycia Tedja, Eni Widjaja, Olivia Fatkan, Fenny Diana, Romy, Denny, dan teman-teman lainnya yang tidak dapat disebutkan satu-persatu atas doa, semangat, dan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
12. Teman-teman di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya antara lain : Novy Gunadhi, Caessia Aileen Marleen Chandra, Handoko Cahyadi, Hendry J.T, Victor Soeindra, Denny Andreas, G. Rian Parera, Harman Halim, Billy Hansen, Erwin Sagita, Anita

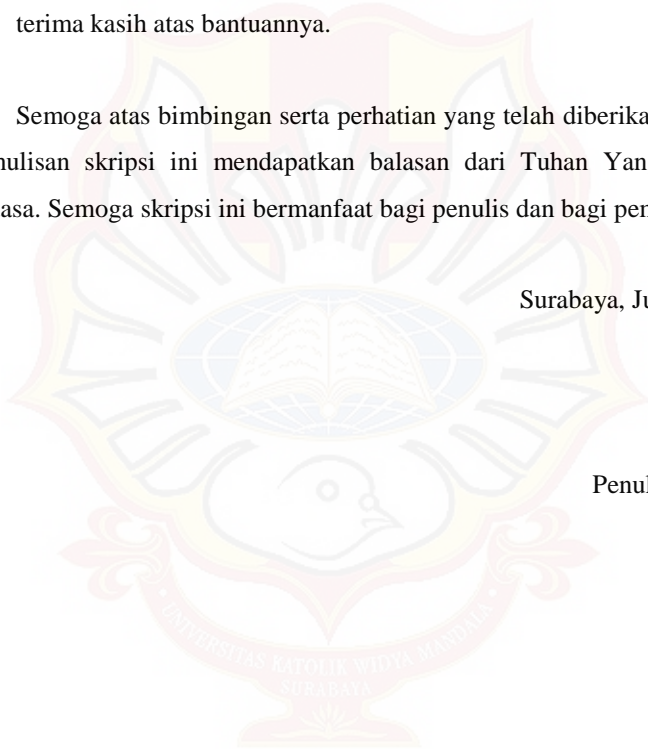
Caroline, Arif Suyadi, Hadi R.L, Eveline Budianto, Vivi Indrawati, Melisa Wongkar, Shinta Hartanto, dan teman-teman lainnya yang tidak dapat disebutkan satu-persatu dalam memberikan doa, semangat, waktu, dan sebagainya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

13. Dan pihak-pihak lain yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu, terima kasih atas bantuannya.

Semoga atas bimbingan serta perhatian yang telah diberikan dalam penulisan skripsi ini mendapatkan balasan dari Tuhan Yang Maha Kuasa. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan bagi pembaca.

Surabaya, Juni 2011

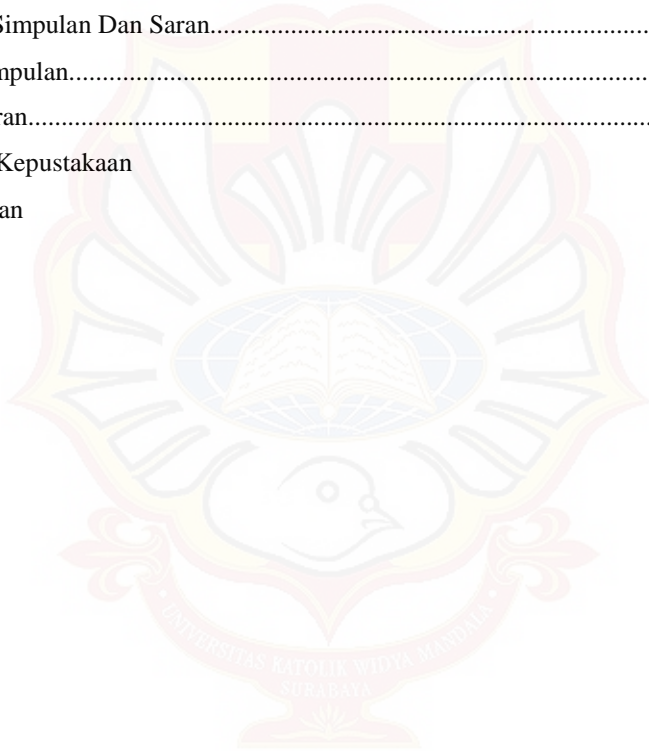
Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
Kata Pengantar.....	i
Daftar Isi.....	iv
Daftar Tabel.....	vi
Daftar Gambar.....	viii
Daftar Lampiran.....	ix
Abstrak.....	x
<i>Abstract</i>	xi
Bab 1 Pendahuluan.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi.....	10
Bab 2 Tinjauan Kepustakaan.....	12
2.1. Penelitian Terdahulu.....	12
2.2. Landasan Teori.....	15
2.3. Kerangka Konseptual Penelitian.....	30
2.4. Hipotesis Penelitian.....	31
Bab 3 Metode Penelitian.....	32
3.1. Desain Penelitian.....	32
3.2. Identifikasi Variabel.....	32
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	33
3.4. Populasi dan Sampel.....	35
3.5. Metode Pengumpulan Data.....	36

3.6. Data dan Sumber Data.....	36
3.7. Teknik Analisis Data.....	37
Bab 4 Analisis Dan Pembahasan.....	48
4.1. Deskripsi Data.....	48
4.2. Analisis Data.....	53
4.3. Pembahasan.....	71
Bab 5 Simpulan Dan Saran.....	78
5.1. Simpulan.....	78
5.2. Saran.....	81
Daftar Kepustakaan	
Lampiran	



DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1. <i>Top Restaurant Category Ad Spenders</i>	3
1.2. <i>Top 10 Best Global Brand Image</i>	5
1.3. Penjualan Mcdonald's secara Global pada bulan Juli 2009.....	6
1.4. 10 Merek Terkenal di Dunia Pada Tahun 2010.....	8
2.1. Perbandingan antara Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Saat Ini.....	14
2.2. Definisi Promosi.....	15
3.1. Ukuran Kecocokan Mutlak.....	43
3.2. Ukuran Kecocokan Inkremental.....	44
3.3. Ukuran Kecocokan Parsimoni.....	45
4.1. Karakteristik Responden.....	48
4.2. Derajat Penilaian Setiap Variabel.....	50
4.3. Statistik Deskripsi Variabel <i>Advertising Spending</i>	50
4.4. Statistik Deskripsi Variabel <i>Distribution Intensity</i>	51
4.5. Statistik Deskripsi Variabel Kesadaran Merek.....	51
4.6. Statistik Deskripsi Variabel Citra Merek.....	52
4.7. Statistik Deskripsi Variabel Ekuitas Merek.....	53
4.8. Uji Validitas Variabel <i>Manifest</i>	54
4.9. Uji Reliabilitas Variabel <i>Manifest</i>	55
4.10. Uji Normalitas.....	56
4.11. Uji <i>Outlier</i> dengan Metode <i>Mahalanobis</i>	57
4.12. Hasil Pengujian Validitas dengan nilai t statistik.....	58
4.13. Realibilitas Konstruk <i>Advertising Spending</i>	59

4.14. Realibilitas Konstruk <i>Distribution Intensity</i>	60
4.15. Realibilitas Konstruk Kesadaran Merek.....	61
4.16. Realibilitas Konstruk Citra Merek.....	61
4.17. Realibilitas Konstruk Ekuitas Merek.....	62
4.18. <i>Goodness of Fit Index</i>	63
4.19. Uji Hipotesis.....	68



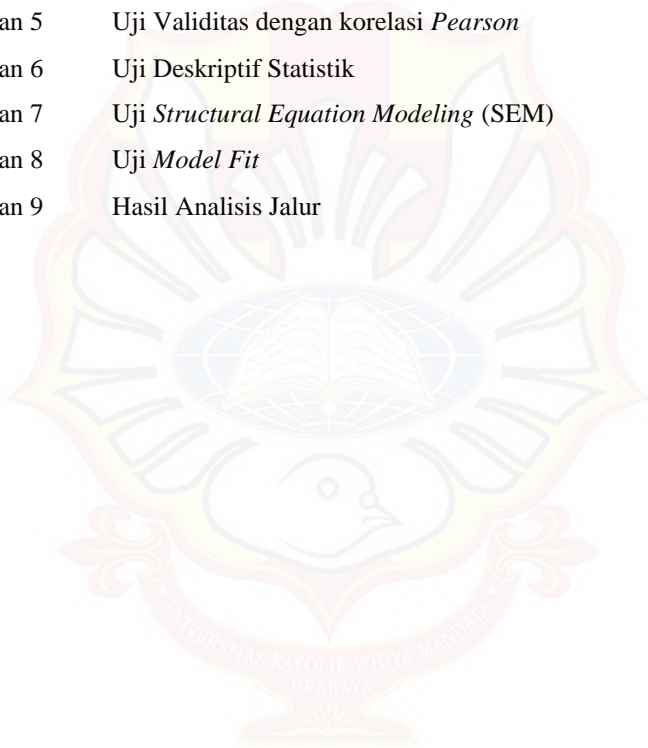
DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1. Kerangka Konseptual Penelitian.....	30
4.1. Hasil Analisis Jalur.....	66



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Hasil Pengisian Kuesioner Responden
Lampiran 3	Uji Frekuensi
Lampiran 4	Uji Reliabilitas dengan <i>Cronbach's Alpha</i>
Lampiran 5	Uji Validitas dengan korelasi <i>Pearson</i>
Lampiran 6	Uji Deskriptif Statistik
Lampiran 7	Uji <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)
Lampiran 8	Uji <i>Model Fit</i>
Lampiran 9	Hasil Analisis Jalur



ABSTRAK

Perkembangan restoran cepat saji saat ini makin berkembang sehingga perusahaan bersaing untuk mempertahankan pelanggan lama dan mencari pelanggan baru dan berusaha untuk menanamkan merek produk mereka ke dalam benak konsumen, agar konsumen dapat menjadi loyal. Salah satunya adalah McDonald's yang merupakan produk global dan terdapat di seluruh dunia. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Advertising Spending* dan *Distribution Intensity* melalui Kesadaran Merek dan Citra Merek terhadap Ekuitas Merek pada Mcdonald's di Surabaya.

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *non-probability sampling*. Sedangkan, teknik analisis yang digunakan adalah menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan program *Analysis of Moment Structure*. Responden yang diambil berasal dari seluruh konsumen Mcdonald's yang ada di kota Surabaya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *Advertising Spending* dan *Distribution Intensity* terhadap Kesadaran Merek dan Citra Merek, dan terdapat pengaruh Citra Merek terhadap Ekuitas Merek, serta tidak terdapat pengaruh Kesadaran Merek terhadap Ekuitas Merek.

Kata Kunci : *Advertising Spending*, *Distribution Intensity*, Kesadaran Merek, Citra Merek, dan Ekuitas Merek.

ABSTRACT

The development of fast-food restaurant now developed further so that companies compete to retain existing customers and find new customers and try to instill their brand into the minds of consumers, for consumers to become loyal. One of them is McDonald's which is a global product and are found all over the world. The purpose of this study was to determine the effect Advertising Spending and Distribution Intensity through Brand Awareness and Brand Image on Brand Equity on Mcdonald's in Surabaya.

The sampling technique used in this study is a non probability sampling. Meanwhile, the analysis technique is using Structural Equation Modeling (SEM) with Analysis of Moment Structure program. Respondents were taken from all McDonald's customers in the city of Surabaya.

The results showed that there are significant between Distribution Intensity and Advertising Spending on Brand Awareness and Brand Image, and there is the influence of Brand Image on Brand Equity, and there is no influence of Brand Awareness on Brand Equity.

Keywords: Advertising Spending, Distribution Intensity, Brand Awareness, Brand Image and Brand Equity.