

**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA WAROENG *STEAK AND
SHAKE* CABANG PERINTIS KEMERDEKAAN
KOTA MAKASSAR**

SKRIPSI

WALDY SAPUTRA

I011 18 1338



**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASAR
2024**

**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA WAROENG *STEAK AND
SHAKE* CABANG PERINTIS KEMERDEKAAN
KOTA MAKASSAR**

SKRIPSI

**WALDY SAPUTRA
I011181338**

**Skripsi sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Peternakan pada Fakultas Peternakan
Universitas Hasanuddin**

**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Waroeng *Steak And Shake* Cabang Perintis Kemerdekaan Kota Makassar
Nama : Waldy Saputra
NIM : 1011 18 1338

Skripsi ini Telah Diperiksa dan Disetujui oleh :

Dr. Ir. Palmarudi, S. Pt., M.SU
Pembimbing Utama

Ilham Syarif, S.Pt., M.Si
Pembimbing Pendamping



Dr. Agr. Benhy Fatmyah Utamy, S.Pt., M.Agr., IPM
Ketua Program Studi

Tanggal Lulus : 26 Agustus 2024

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Waldy Saputra

NIM : I011181338

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini dengan judul: **Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Waroeng *Steak And Shake* Cabang Perintis Kemerdekaan Kota Makassar** adalah asli.

Apabila sebagian atau seluruhnya dari karya skripsi ini tidak asli atau plagiasi, maka saya bersedia dikenakan sanksi akademik sesuai peraturan yang berlaku.

Makassar, November 2024

Peneliti:



Waldy Saputra

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji Syukur kepada Allah ta'ala yang masih melimpahkan rahmat sehingga penulis mampu menyelesaikan makalah Seminar Usulan Penelitian dengan judul **“Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Waroeng *Steak And Shake* Cabang Perintis Kemerdekaan Kota Makassar”** yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Peternakan (S.Pt) pada Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin. Tak lupa pula penulis hanturkan shalawat serta salam kepada junjungan baginda Nabi Muhammad Sallallahu'alaihi Wasallam, yang telah memimpin umat islam dari lembah kebodohan menuju bukit kepandaian seperti yang kita rasakan saat ini.

Selama penyusunan skripsi ini tentunya tidak lepas dari berbagai hambatan dan tantangan, namun berkat petunjuk, bimbingan, arahan doa serta dukungan moril dari berbagai pihak maka hambatan dan tantangan tersebut dapat teratasi. Untuk itu, perkenankanlah penulis menghaturkan kasih sayang, cinta dan terima kasih tiada tara, dan penghargaan yang istimewa kepada Ibunda **Nurmala** dan Ayahanda **Hamka** yang telah membesarkan dan mendidik dengan cinta dan kasih sayang yang begitu tulus untuk keberhasilan penulis.

Kepada saudara-saudara saya (**Ari Pratama, Muhammad Ichsan dan Zha Zha Sasmita**) Terima kasih sudah ikut serta dalam proses penulis menempuh pendidikan selama ini, yang senantiasa memberikan semangat,

doa, dan cinta kepada penulis. Selesaiannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak.

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis hanturkan dengan segala keikhlasan dan kerendahan hati kepada:

1. Bapak **Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa., M. Sc**, selaku Rektor Universitas Hasanuddin, Makassar.
2. Bapak **Dr. Syahdar Baba, S.Pt., M.Si** selaku Dekan Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin, **Wakil Dekan** dan seluruh **Bapak/Ibu Dosen pengajar** yang telah melimpahkan ilmunya kepada penulis, serta **bapak/ibu staf pegawai** Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin atas bantuannya yang diberikan.
3. Bapak **Dr. Ir. Palmarudi, M.SU**, selaku Pembimbing Utama yang banyak memberikan pengarahan dan bantuan dalam menyusun makalah ini.
4. Bapak **Ilham Syarif, S.Pt., M.Si**, selaku Pembimbing Anggota dan Pembimbing Akademik yang banyak memberikan pengarahan dan bantuan dalam menyusun makalah ini.
5. Bapak **Dr. Ir. Muh. Ridwan, S.Pt., M.Si., IPU** dan Ibu **Vidyahwati Tenrisanna, S.Pt., M.Ec., Ph.D** selaku dosen pembahas/penguji yang telah membantu memberikan masukan demi penyempurnaan skripsi penulis.
6. Bapak Ibu **Dosen Pengajar Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin** yang telah banyak memberi ilmu yang sangat bernilai bagi penulis dan **Seluruh Staf** dalam lingkungan Fakultas Peternakan

Universitas Hasanuddin.

7. Rekan-rekan Mahasiswa Fakultas Peternakan kepada **kakanda 16 (BOSS), 17 (GRIFFIN), angkatan 19 (VASTCO) dan angkatan 20 (CROWN)** terima kasih atas bantuan dalam berbagai hal. Serta **CRANE18** selaku teman seperjuangan yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan makalah ini.
8. **Resimen Mahasiswa Satuan 701 Universitas Hasanuddin** dan **Hoplites** yang telah banyak memberi bantuan, ilmu, dan pengalaman yang sangat bernilai serta menjadi rumah kedua bagi penulis.

Penulis menyadari bahwa makalah ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik serta saran pembaca sangat diharapkan demi perkembangan dan kemajuan ilmu pengetahuan nantinya. Semoga makalah ini dapat memberi manfaat kepada kita semua. Aamiin Ya Robbal Aalamiin. Akhir Qalam Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Makassar, November 2024

Waldy Saputra

ABSTRAK

Waldy Saputra I011 18 1338. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Waroeng *Steak And Shake* Cabang Perintis Kemerdekaan Kota Makassar. Dibawah Bimbingan Bapak **Dr. Ir. Palmarudi Mappigau, SU** sebagai pembimbing utama dan Bapak **Ilham Syarif, S.Pt., M.Si.**, sebagai pembimbing pendamping.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian konsumen pada Waroeng *Steak And Shake* cabang Perintis Kemerdekaan Kota Makassar. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni 2024. Ekuitas merek dipahami melalui empat dimensi utama, yaitu kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek, dan loyalitas merek. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei, data dikumpulkan dari 98 responden yang merupakan konsumen aktif Waroeng *Steak And Shake*. Instrumen penelitian berupa kuesioner dengan skala Likert 1-5 digunakan untuk mengukur persepsi responden terhadap variabel-variabel yang diteliti. Analisis data dilakukan menggunakan teknik regresi berganda untuk mengetahui pengaruh simultan dan parsial dari setiap dimensi ekuitas merek terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran merek, dan asosiasi merek memiliki pengaruh signifikan, kemudian persepsi kualitas, dan loyalitas merek tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kata kunci : Keputusan Pembelian, Ekuitas Merek, Warung Steik, Konsumen

ABSTRACT

Waldy Saputra I011 18 1338. The Influence of Brand Equity on Consumer Purchasing Decisions at Waroeng Steak And Shake, Perintis Kemerdekaan Branch, Makassar City. Under The Guidance of Mr. **Dr. Ir. Palmarudi Mappigau, SU** as the primary supervisor and **Ilham Syarif, S.Pt., M.Si.**, as the assistant supervisor.

This study aims to determine the impact of brand equity on consumer purchasing decisions at Waroeng Steak And Shake branch Perintis Kemerdekaan, Makassar City. The research was conducted in June 2024. Brand equity is understood through four main dimensions: brand awareness, perceived quality, brand associations, and brand loyalty. This research employs a quantitative method with a survey approach, collecting data from 98 respondents who are active customers of Waroeng Steak And Shake. The research instrument is a questionnaire with a 1-5 Likert scale used to measure respondents' perceptions of the variables being studied. Data analysis is performed using multiple regression techniques to assess the simultaneous and partial effects of each brand equity dimension on purchasing decisions. The results indicate that brand awareness and brand associations have a significant impact, while perceived quality and brand loyalty, do not have a significant effect on consumer purchasing decisions.

Keywords : Purchasing Decisions, Brand Equity, Steakhouse, Consumer