

PENGARUH *BRAND EQUITY* (PROMOSI) DAN *OFFERING EQUITY* (PRODUK DAN *PRICE*) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN JASA SERTIFIKASI KOMPETENSI PT SKP TENAGA LISTRIK

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen (S1)**



RIZKA DEWI ANGGRAENI

1201701007

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA**

2024

PENGARUH *BRAND EQUITY* (PROMOSI) DAN *OFFERING EQUITY* (PRODUK DAN *PRICE*) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN JASA SERTIFIKASI KOMPETENSI PT SKP TENAGA LISTRIK

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen (S1)**



RIZKA DEWI ANGGRAENI

1201701007

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2024**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan benar.**

Nama : Rizka Dewi Anggraeni

NIM : 1201701007

Tanda Tangan 

Tanggal : 20 Agustus 2024

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Rizka Dewi Anggraeni

NIM : 1201701007

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Equity* (Promosi) dan *Offering Equity* (Produk dan *Price*) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Sertifikasi Kompetensi PT SKP Tenaga Listrik

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Jerry Heikal, S.T., M.M

(*jheikal*)

Penguji 1 : Muchsin Saggaff Shihab, SE., MSc., MBA., PhD (

(*Muchsin*)

Penguji 2 : Holila Hatta, S.Pd.,MM

(*holila*)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 20 Agustus 2024

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Allah SWT yang telah memberi kelancaran dan kemudahan kepada saya dari pembuatan laporan sampai dengan selesai;
- 2) Kedua Orang Tua dan Keluarga saya yang telah memberikan bantuan serta dukungan material dan moral;
- 3) Dr. Jerry Heikal, S.T., M.M, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
- 4) Bapak Prof. M. Taufiq Amir, SE., MM., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen;
- 5) Ibu Koespraptini Ria selaku Direktur PT SKP Tenaga Listrik dan seluruh karyawan PT SKP Tenaga Listrik yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang saya perlukan;
- 6) Sahabat sahabat saya yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 20 Agustus 2024

Rizka Dewi Anggraeni



HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizka Dewi Anggraeni
NIM : 1201701007
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : **Skripsi**

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengaruh *Brand Equity* (Promosi) dan *Offering Equity* (Produk dan *Price*) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Sertifikasi Kompetensi PT SKP Tenaga Listrik

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal: 20 Agustus 2024

Yang menyatakan



(Rizka Dewi Anggraeni)

**PENGARUH *BRAND EQUITY* (PROMOSI) DAN *OFFERING EQUITY*
(PRODUK DAN *PRICE*) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN JASA SERTIFIKASI
KOMPETENSI PT SKP TENAGA LISTRIK**

Rizka Dewi Anggraeni

ABSTRAK

Sertifikasi Kompetensi salah satu produk bisnis yang terus berputar dari tahun ketahun. Sertifikasi bertujuan untuk memastikan kompetensi seseorang yang telah didapatkan melalui pembelajaran, pelatihan, maupun pengalaman kerja. Sertifikasi kompetensi dapat membantu meningkatkan kredibilitas seseorang dalam bidangnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *brand equity* (promosi), dan *offering equity* (produk dan *price*) terhadap keputusan pembelian pelanggan PT SKP Tenaga Listrik. Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif. Sampel yang diambil terdiri dari 30 responden yang merupakan pelanggan PT SKP Tenaga Listrik. Data dianalisis menggunakan Partial Least Square-Structural Equation Modelling (PLS-SEM). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *brand equity* (promosi), dan *offering equity* (produk dan *price*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan PT SKP Tenaga Listrik. Penelitian ini berkontribusi pada Keputusan pembelian pelanggan PT SKP Tenaga Listrik melalui *brand equity* (promosi), dan *offering equity* (produk dan *price*). Penelitian ini dapat menjadi rekomendasi bagi PT SKP Tenaga Listrik untuk mempertahankan atau meningkatkan *brand equity* (promosi), dan *offering equity* (produk dan *price*). Penelitian ini memiliki keterbatasan terkait waktu dan variabel yang digunakan, sehingga hasilnya belum dapat mencerminkan kondisi sebenarnya di berbagai wilayah di Indonesia.

Kata kunci : *brand equity*, *offering equity*, keputusan pembelian.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	6
2.1 7P Marketing	6
2.2 <i>Brand Equity</i> (Ekuitas Merek)	9
2.3 <i>Offering Equity</i> (Penawaran Ekuitas).....	12
2.4 Keputusan Pembelian	14
2.5 Penelitian Terdahulu.....	17
2.6 Kerangka Pemikiran	19
2.7 Hipotesis.....	20
BAB 3 METODE PENELITIAN	21
3.1 Metode Penelitian.....	21
3.2 Objek Penelitian	21
3.3 Populasi dan Sampel	21
3.4 Operasionalisasi Variabel.....	22
3.5 Teknik Analisis Data.....	23
3.5.1 Pengujian Model Pengukuran	24
3.5.2 Pengujian Model Struktural.....	25

3.6	Metode Pengumpulan Data	25
BAB 4	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	27
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	27
4.2	Analisis Deskriptif Responden.....	27
4.3	Pengujian Hipotesis.....	29
4.3.1	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	29
4.3.2	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	32
4.4	Pembahasan.....	35
BAB 5	KESIMPULAN DAN SARAN.....	38
5.1	Kesimpulan.....	38
5.2	Saran.....	38
5.3	Keterbatasan Penelitian	39
	DAFTAR PUSTAKA.....	40
	LAMPIRAN.....	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Market Share PT SKP Tenaga Listrik Tahun 2022.....	3
Gambar 1.2 Market Share PT SKP Tenaga Listrik Tahun 2023.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	19
Gambar 4.1 Hasil Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	29
Gambar 4.2 Hasil Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	33

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	23
Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....	28
Tabel 4.2 Nilai <i>Outer Loading</i>	30
Tabel 4.3 Nilai <i>Cross Loading</i>	31
Tabel 4.4 Nilai <i>Construct Validity and Reliability</i>	32
Tabel 4.5 Nilai <i>R-Square</i>	33
Tabel 4.6 Nilai Hubungan Antar Variabel.....	34

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner44

Lampiran 2 Deskripsi Responden49

Lampiran 3 Tabulasi Data Kuisisioner50