

SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND EQUITY* DAN KERAGAMAN PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SUSU UHT ULTRA
MILK DI BANJARMASIN**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1)
Pada Program Studi Administrasi Bisnis**

Oleh:

MUHAMMAD RIFKY FADILLAH

2110412210001



**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
BANJARMASIN**

2025

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH BRAND EQUITY DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SUSU UHT ULTRA MILK DI BANJARMASIN**

D. Nama Mahasiswa : Muhammad Risky Fadillah
NIM : 2110412210001

E. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat

F. Tim Penguji:

d. Pembimbing

Prof. Dr. H. Hairudinor, S.Sos, MM (.....)
NIP. 197306161993031003

e. Penguji I

Dr. Irwansyah, S.Sos, SH, M.Si (.....)
NIP. 197104201999031003

f. Penguji II

M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM (.....)
NIP. 197604142001121003

Banjarmasin, 15 April 2025

Koordinator Program Studi
Administrasi Bisnis

Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
NIP. 197511052001122001

Ketua Pembimbing

Prof. Dr. H. Hairudinor, S.Sos, MM
NIP. 197306161993031003

Mengetahui,
DEKAN FISIP ULM

Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S. Sos., M.Si
NIP. 197301221998021001





KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

SURAT TUGAS

Nomor : 36 /UN8.1.13/KP.10.00/2025

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin
menugaskan Saudara/i :

1. Prof. Dr. H. Hairudinor, S.Sos, MM
2. Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si
3. M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM

Untuk menguji Skripsi mahasiswa/i Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Lambung Mangkurat Banjarmasin:

Nama : M. Rifky Fadillah
NIM : 2110412210001
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Equity dan Keragaman Produk Terhadap
Keputusan Pembelian Susu UHT Ultra Milk di Banjarmasin

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Selasa, 15 April 2025
J a m : 13.30 Wita s.d Selesai
T e m p a t : Ruang Lab. Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 11 April 2025

Dekan,

Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si
NIP 19730122199021001





KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Selasa tanggal 15 bulan April tahun 2025, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 96/UN8.1.13/KP.10.00/2025 tanggal 27 Februari 2025 untuk menguji skripsi :

Nama : M. Rifky Fadillah
NIM : 2110412210001
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Equity dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Susu UHT Ultra Milk di Banjarmasin

Tempat Ujian : Ruang Lab. Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)
Waktu Ujian : 16.30 Wita s.d Selesai
Nilai : 82,6 (A)
Dinyatakan : Lulus / Tidak Lulus



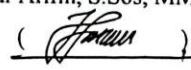
Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 15 April 2025

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

M. Rifky Fadillah

1. Ketua : Prof. Dr. H. Hainudin, S.Sos, MM
()
2. Sekretaris : Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si
()
3. Anggota : M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM
()

Mengetahui/membenarkan :

Dekan
Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis,



Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
NIM 21104122100112 2 001

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan susunan skripsi ini. Skripsi ditulis dengan judul “Pengaruh Customer Experience, Ease of Use, dan Trust Terhadap Repurchase Intention Pada Pengguna Shopee di Kota Banjarmasin”. Skripsi ini ditulis sebagai persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana (S1) Administrasi Bisnis. Selesaiannya susunan skripsi ini tidak terlepas dari banyak bantuan dan dukungan baik secara moral maupun material dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M. Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB selaku Koordinator Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
4. Bapak Prof. Dr. Saladin Ghalib, MA selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membantu dalam kegiatan akademik penulis.
5. Bapak Prof. Dr. H.Hairudinor, S.Sos, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu dan memberikan bimbingannya selama pembuatan sampai kepada terselesaikannya skripsi ini.
6. Bapak Dr. Irwansyah, S.Sos, SH, M.Si selaku Dosen Penguji I yang telah

7. memberikan saran dan arahan kepada penulis agar skripsi dan penelitian ini dapat lebih baik.
8. Bapak M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan saran dan arahan kepada penulis agar skripsi dan penelitian ini dapat lebih baik.
9. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat yang telah memberikan ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat melaksanakan dan menyelesaikan skripsi ini.
10. Seluruh Staf Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dan Program Studi Administrasi Bisnis yang telah membantu dan membimbing dalam hal administrasi.

Semoga Allah SWT memberikan rahmat dan ridho-Nya atas dukungan serta bantuan yang telah diberikan. Penulis menyadari keterbatasan dalam pelaksanaan dan memiliki kekurangan saat penyusunan skripsi. Akhir kata, semoga penyusunan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya serta bagi pembaca.

Banjarmasin, 15 April 2025



Muhammad Rifky Fadillah

NIM. 2110412210001

PERSEMBAHAN

Saya panjatkan puji dan syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, serta shalawat dan salam kepada Baginda Nabi Muhammad SAW, sang penerang hidup dunia dan akhirat, atas segala nikmat yang diberikan hingga skripsi ini dapat terselesaikan. Skripsi ini saya persembahkan dengan sepenuh hati kepada::

1. Ibu tercinta, ibu Rukayah. Terima kasih atas segala doa, dukungan, dan kasih sayang yang tiada henti. Terima kasih telah memberikan motivasi dan nasihat yang luar biasa, bahkan saat kita berbeda pendapat, terutama mengenai pilihan program studi ini. Ibu adalah sosok yang selalu mengutamakan pendidikan dan kesejahteraan anak-anaknya, serta menjadi guru pertama yang mengajarkan saya tentang keteguhan dan kekuatan untuk terus maju.
2. Bapak Muhammad Kasim, ayah yang saya cintai dan hormati. Terima kasih telah memberikan doa, dukungan, dan usaha terbaik untuk keluarga kita. Tanpa perjuangan ayah, saya tak akan bisa sampai pada titik ini. Terima kasih atas segala dukungan moril dan materil yang memungkinkan saya untuk menyelesaikan pendidikan ini.
3. Adik saya, Fadia, dan nenek tercinta, Zaitun. Terima kasih atas semangat, motivasi, dan cinta yang tiada henti. Kalian selalu menjadi tempat berlindung terbaik dan sumber kekuatan yang luar biasa dalam setiap langkah perjalanan saya.
4. Organisasi LPM INTR-O dan HIMABI, terima kasih telah menjadi bagian penting dalam proses pembelajaran saya. Di luar perkuliahan, saya belajar

5. banyak hal, mulai dari pengetahuan hingga keterampilan yang memperkaya diri. Walaupun banyak rintangan yang kami hadapi, saya tetap bersyukur karena bisa menjadi bagian dari organisasi ini yang memberi banyak pengalaman berharga..
6. Kepada sahabat-sahabat saya, yang selalu setia menemani dan mendengarkan segala keluh kesah saya, terima kasih yang tak terhingga. Dukungan dan doa kalian memberikan kekuatan saat saya merasa lelah dan hampir menyerah. Begitu banyak teman yang turut menyertai proses ini, meski tak bisa saya sebutkan satu per satu, namun setiap doa dan kebaikan kalian sangat berarti.
7. Untuk diri saya sendiri, Muhammad Rifky Fadillah, terima kasih karena telah tetap bertahan. Terima kasih telah melewati setiap tantangan dengan ketekunan dan keyakinan bahwa semua perjuangan ini akan membawa kita menuju masa depan yang lebih baik. Mari kita buktikan bahwa segala kesulitan yang kita hadapi sekarang adalah jalan menuju keberhasilan yang telah menanti.

Semoga perjalanan ini menjadi bukti bahwa dengan doa, usaha, dan dukungan dari orang-orang terkasih, kita bisa mengatasi setiap rintangan.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi mana pun
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari dosen pembimbing dan maukan tim penguji
3. Seluruh karya atau pendapat pakar atau karya yang telah di sitasi nama pengarangnya dan dicantumkan di dalam daftar pustaka
4. Pertanyaan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya sebagai peneliti bersedia menerima sanksi sesuai undang-undang yang berlaku

Banjarmasin, 15 April 2025



Muhammad Rifky Fadillah
NIM: 2110412210001

ABSTRAK

Muhammad Rifky Fadillah, 2110412210001, 2025. Pengaruh Brand Equity dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Susu UHT Ultra Milk di Banjarmasin, di bawah bimbingan: Hairudinor

Penelitian ini dilakukan bertujuan menguji pengaruh secara parsial dan simultan variabel *brand equity* dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian Susu UHT Ultra Milk di Banjarmasin.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, lokasi penelitian di Banjarmasin. Sampel sebanyak 100 orang responden yang pernah membeli produk Susu UHT Ultra Milk dipilih secara acak melalui teknik *simple random sampling*. Analisis data menggunakan regresi linier berganda dibantu IBM SPSS Statistik Versi 25.

Hasil penelitian ini membuktikan *Brand Equity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Susu UHT Ultra Milk di Banjarmasin. Keragaman Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Susu UHT Ultra Milk di Banjarmasin. Serta *Brand Equity* dan Keragaman Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Susu UHT Ultra Milk di Banjarmasin.

Kata kunci: *Brand Equity*, Keragaman Produk, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Muhammad Rifky Fadillah, 2110412210001, 2025. The Influence of Brand Equity and Product Diversity on Purchasing Decisions of UHT Ultra Milk in Banjarmasin, under the guidance of: Hairudinor

This research was conducted to test the partial and simultaneous influence of brand equity and product diversity variables on purchasing decisions of UHT Ultra Milk in Banjarmasin..

This study uses a quantitative approach, the research location is in Banjarmasin. A sample of 100 respondents who have purchased UHT Ultra Milk products were selected randomly through a simple random sampling technique. Data analysis using multiple linear regression assisted by IBM SPSS Statistics Version 25.

The results of this study prove that Brand Equity has a positive and significant effect on Purchasing Decisions of UHT Ultra Milk in Banjarmasin. Product Diversity has a positive and significant effect on Purchasing Decisions of UHT Ultra Milk in Banjarmasin. And Brand Equity and Product Diversity have a positive and significant effect on Purchasing Decisions of UHT Ultra Milk in Banjarmasin.

Keywords: *Brand Equity, Product Diversity, Purchasing Decisions.*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
KATA PENGANTAR.....	iv
PERSEMBAHAN	vi
PERNYATAAN ORISINALITAS	viii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Landasan Teori.....	17
2.1.1 Pemasaran	17
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	21
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	25
2.1.4 Brand Equity	33
2.1.5 Keragaman Produk.....	38
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	41
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian.....	48
2.3.1 Hipotesis.....	48
2.3.2. Model Penelitian	52
BAB III METODE PENELITIAN.....	53
3.1 Pendekatan Penelitian.....	53
3.2 Desain Penelitian	53
3.3 Lokasi Penelitian	54

3.4 Populasi, Besar Sampel dan Tehnik Sampling.....	54
3.4.1 Populasi.....	54
3.4.2 Besar Sampel.....	54
3.4.3 Teknik Sampling	55
3.5 Definisi Operasional Variabel	56
3.5.1 Variabel Bebas (Independen).....	56
3.5.2 Variabel Terikat (Dependen)	59
3.6 Teknik Pengumpulan Data	65
3.6.1 Data Primer	66
3.6.2 Data Sekunder	66
3.7 Teknik Analisa Data	66
3.8 Alat Uji Hipotesis	72
BAB IV HASIL PENELITIAN	75
4.1 Profil Responden	75
4.1.1 Berdasarkan Jenis Kelamin	75
4.1.2 Berdasarkan Usia	76
4.1.3 Berdasarkan Pekerjaan.....	76
4.1.4 Berdasarkan Pendapatan	77
4.1.5 Berdasarkan Seberapa Sering Melakukan Pembelian Produk	78
4.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	78
4.2.1 Deskriptif Variabel <i>Brand Equity</i> (X1).....	79
4.2.2 Deskriptif Keragaman Produk (X2).....	84
4.2.3 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	88
4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	92
4.3.1 Uji Validitas	92
4.3.2 Uji Reliabilitas	95
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	96
4.4.1 Hasil Uji Normalitas	96
4.4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	98
4.4.3 Hasil Uji Multikolinearitas	99
4.5 Uji Regresi Linear Berganda	100
4.6 Hasil Uji Hipotesis	101
4.6.1 Uji T (Parsial).....	101

4.6.2 Uji F (Simultan)	102
4.6.3 Analisis Koefisien Determinasi	103
BAB V PEMBAHASAN HASIL	105
5.1 Pembahasan	105
5.2 Implikasi Hasil Penelitian.....	110
5.3 Keterbatasan Penelitian	113
BAB VI PENUTUP	115
6.1 Kesimpulan.....	115
6.1 Saran	115
DAFTAR PUSTAKA	118

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tingkat Perbandingan Konsumsi Susu	2
Tabel 1.2 Tingkat Perbandingan Produksi Susu Segar di Kalimantan	3
Tabel 1.3 Posisi Merek Ultra Milk Berdasarkan Top Brand Award	10
Tabel 2.1 Pemetaan Hasil Penelitian Terdahulu	41
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	62
Tabel 3.2 Skala Likert	67
Tabel 3.3 Rentang Kategori Jawaban Responden.....	68
Tabel 3.4 Interpretasi Koeffisien Korelasi	74
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	75
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	76
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	76
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	77
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Produk.....	78
Tabel 4.6 Jawaban Responden Butir X1 Variabel Brand Equity (X1)	79
Tabel 4.7 Jawaban Responden Butir X2 Variabel Keragaman Produk (X2).....	84
Tabel 4.8 Jawaban Responden Butir Y Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	88
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	93
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	96
Tabel 4.11 Uji Kolmogorov Smirnov	98
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas	99
Tabel 4.13 Uji Regresi Linear Berganda.....	100
Tabel 4.14 Hasil Stastitik Secara Parsial (Uji-t)	102
Tabel 4.15 Hasil Statistik Secara Simultan (Uji F)	103
Tabel 4.16 Hasil Koeffisien Determinasi R ²	104

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Ulasan dari Mommies Reviews.....	11
Gambar 1.2 Variasi Rasa Produk Susu Ultra Milk	12
Gambar 1.3 Variasi Ukuran Produk Susu Ultra Milk	13
Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian (Tawas & Pandensolang, 2020)	29
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Histogram.....	96
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	97
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot	98
Gambar 5.1 Model Penelitian.....	113

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 2.1 Hasil Tabulasi Variabel Brand Equity (X1)	127
Lampiran 2.2 Hasil Tabulasi Variabel Keragaman Produk (X2).....	130
Lampiran 2.3 Hasil Tabulasi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	133
Lampiran 3.1 Hasil Output Tabel Frekuensi Profil Responden.....	137
Lampiran 3.2 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Brand Equity (X1).....	140
Lampiran 3.3 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Keragaman Produk (X2)	144
Lampiran 3.4 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	146
Lampiran 3.5 Uji Validitas Brand Equity (X1).....	150
Lampiran 3.6 Uji Validitas Keragaman Produk (X2)	152
Lampiran 3.7 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	153
Lampiran 3.8 Uji Reliabilitas Variabel Brand Equity (X1)	155
Lampiran 3.9 Uji Reliabilitas Variabel Keragaman Produk (X2).....	156
Lampiran 3.10 Uji Realibilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	157
Lampiran 3.11 Uji Asumsi Klasik.....	158
Lampiran 3.12 Uji Regresi Linear Berganda	161
Lampiran 3.13 Uji Hipotesis	161
Lampiran 3.14 Titik Persentase Distribusi t (df=41-80)	162
Lampiran 3.15 Tabel R-Tabel.....	163
Lampiran 3.16 Tabel F	164