

**PENGARUH *VALUE EQUITY, BRAND EQUITY, RELATIONSHIP EQUITY,*
DAN *GREEN EQUITY* TERHADAP *LOYALTY INTENTION*
PADA CERIA BOUTIQUE HOTEL YOGYAKARTA**

**Skripsi
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi
(S1)
Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun Oleh :
Merryana
Npm : 12 03 19831**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMAJAYA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA,
2016**

Skripsi

**PENGARUH *VALUE EQUITY, BRAND EQUITY, RELATIONSHIP EQUITY,*
DAN *GREEN EQUITY* TERHADAP *LOYALTY INTENTION*
PADA CERIA BOUTIQUE HOTEL YOGYAKARTA**

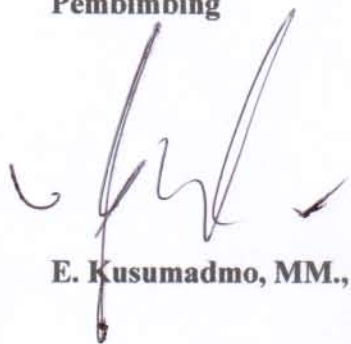
Disusun oleh :

MERRYANA

NPM : 12 03 19831

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Pembimbing



E. Kusumadmo, MM., Ph.D.

07 April 2016

Skripsi

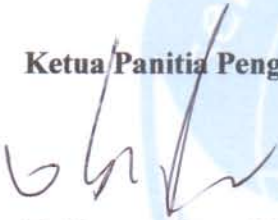
**PENGARUH *VALUE EQUITY, BRAND EQUITY, RELATIONSHIP EQUITY,*
DAN GREEN EQUITY TERHADAP *LOYALTY INTENTION*
PADA CERIA BOUTIQUE HOTEL YOGYAKARTA**

**Yang telah dipersiapkan dan disusun oleh:
MERRYANA
NPM : 12 03 19831**

**telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 12 Mei 2016 dan
dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu
persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S1)
Program Studi Manajemen**

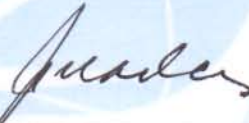
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



E. Kusumadmo, MM., Ph.D.

Anggota Panitia Penguji



Drs. P. Didit Krisnadewara, MM



Mahestu N. Krisjanti, Msc. IB., Ph.D.

**Yogyakarta, 12 Mei 2016
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**FAKULTAS
EKONOMI**



Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

PERNYATAAN


Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH *VALUE EQUITY*, *BRAND EQUITY*, *RELATIONSHIP EQUITY*,
DAN *GREEN EQUITY* TERHADAP *LOYALTY INTENTION*
PADA CERIA BOUTIQUE HOTEL YOGYAKARTA**

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik secara langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 07 April 2016

Yang menyatakan



Merryana

MANUSIA BERADA DIATAS DENGAN MENDAKI,
BUKAN DENGAN TERBANG. TERUSLAH MENDAKI.
JANGAN PERNAH BERHENTI JIKA KAMU LELAH,
BERHENTILAH KETIKA KAMU SELESAI. INGATLAH,
USAHA TIDAK PERNAH MENGKHIANATI HASIL.

- MY DAD

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

- *My Lovely Dad and Mom*
- *My Sister and Brothers*
- *My Niece and Nephews*
- *My One and Only Tom Carlo Tjandra*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**PENGARUH VALUE EQUITY, BRAND EQUITY, RELATIONSHIP EQUITY, DAN GREEN EQUITY TERHADAP LOYALTY INTENTION PADA CERIA BOUTIQUE HOTEL YOGYAKARTA**”.

Penulisan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik atas dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Papa yang selalu memberikan penulis motivasi yang luar biasa. Mama yang tidak pernah lelah mendengarkan setiap masalah dan cerita penulis. *I won't stop doing my best to make you proud.*
2. Bapak E.Kusumadmo, MM., Ph.D. selaku dosen pembimbing skripsi yang senantiasa membimbing penulis dengan penuh kesabaran, memberikan saran, dan berbagi pengalaman yang luar biasa.
3. *My sister and brothers, my niece and nephews. I miss you all.*
4. Seseorang yang selalu setia menemani dan mendukung penulis dari awal kuliah hingga penulis menyelesaikan skripsi ini. *Someone who always stand by me for my every single ups and downs. Thanks for always cheer*

me up when i'm sad. Thanks for always support me when i'm down. I love you more than you ever know, Tom Carlo Tjandra.

5. Bapak Hadi Wardana selaku manajer Ceria Boutique Hotel Yogyakarta yang telah memberikan penulis izin untuk menyebarkan kuesioner, serta seluruh staff Ceria Boutique Hotel Yogyakarta yang telah membantu penulis.
6. *My Crazy Partner in Crime*, Jessica Tjandra. Terima kasih untuk segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis baik secara langsung maupun tidak langsung.
7. Teman-teman seperjuangan dan se-dosen pembimbingku Fennika, Thea, Ryo, Kak Nuel, Celia, Nivy, Carol, dkk. Semangat guys! Semoga cepat menyusul.

Penulis menyadari bahwa sekalipun skripsi ini ditulis dengan semaksimal mungkin, namun skripsi ini masih jauh dari sempurna. Saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan bagi pihak-pihak yang membacanya.

Yogyakarta, 07 April 2016

Penulis

Merryana

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
ABSTRAK	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	6

1.5 Manfaat Penelitian	6
1.6 Sistematika Penulisan	6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Pemasaran	8
2.1.2 <i>Green Marketing</i> /Pemasaran Hijau	10
2.1.3 <i>Value Equity</i>	12
2.1.3.1 Kualitas	12
2.1.3.2 Harga	13
2.1.3.3 Kenyamanan konsumen	13
2.1.4 <i>Brand Equity</i>	13
2.1.5 <i>Relationship Equity</i>	17
2.1.6 <i>Green Equity</i>	19
2.1.7 <i>Loyalty Intention</i>	19
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Kerangka Penelitian	22

2.4 Pengembangan Hipotesis	22
----------------------------------	----

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Bentuk, Lokasi, Subjek, dan Objek Penelitian	24
--	----

3.2 Populasi dan Metode Pengambilan Sampel	25
--	----

3.3 Metode Pengumpulan Data	26
-----------------------------------	----

3.4 Metode Pengukuran Data	27
----------------------------------	----

3.5 Metode Pengujian Instrumen	27
--------------------------------------	----

3.5.1 Uji Validitas	27
---------------------------	----

3.5.3 Uji Reliabilitas	28
------------------------------	----

3.6 Metode Analisis Data	30
--------------------------------	----

3.6.1 Metode Analisis Persentase	30
--	----

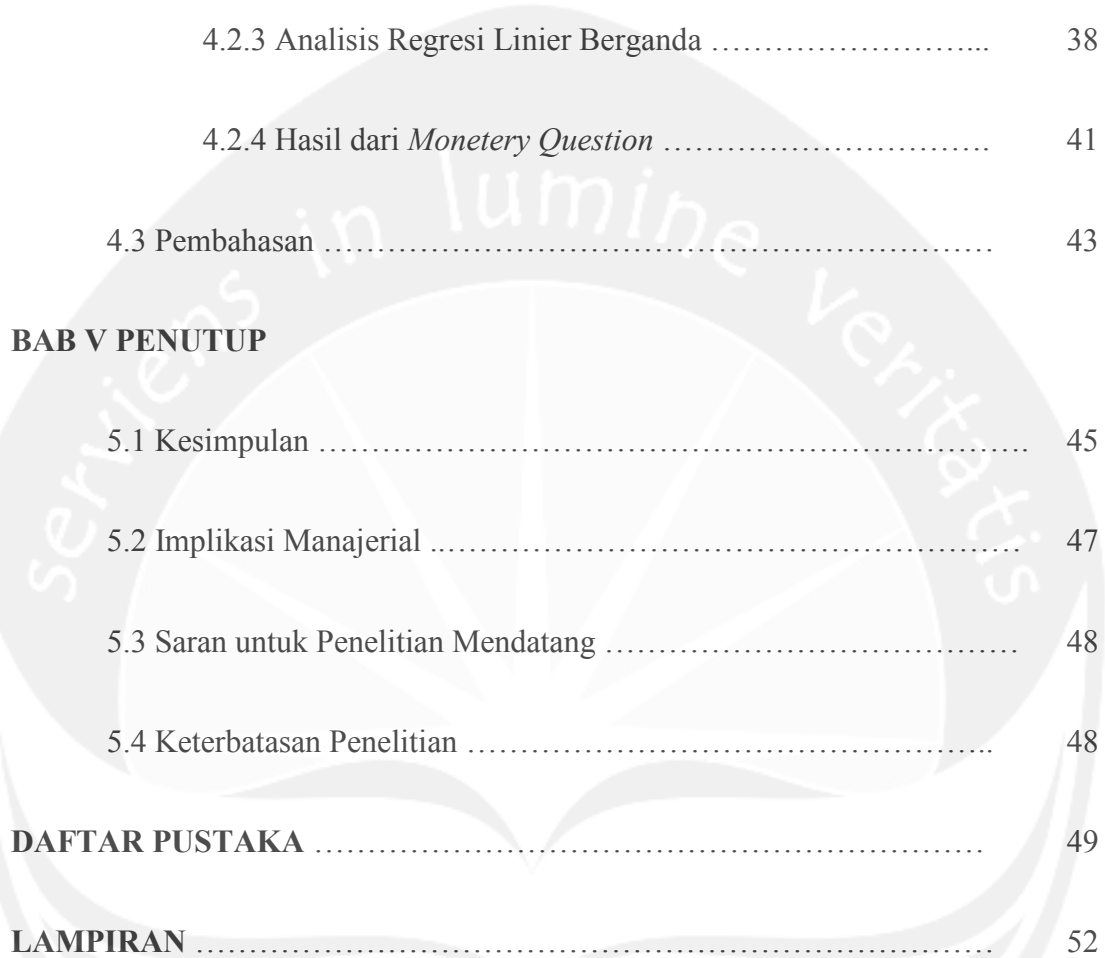
3.6.2 Metode Analisis Linier Berganda	30
---	----

BAB IV ANALISIS DATA

4.1 Karakteristik Responden	35
-----------------------------------	----

4.2 Pengujian Instrumen	36
-------------------------------	----

4.2.1 Uji Validitas	36
---------------------------	----



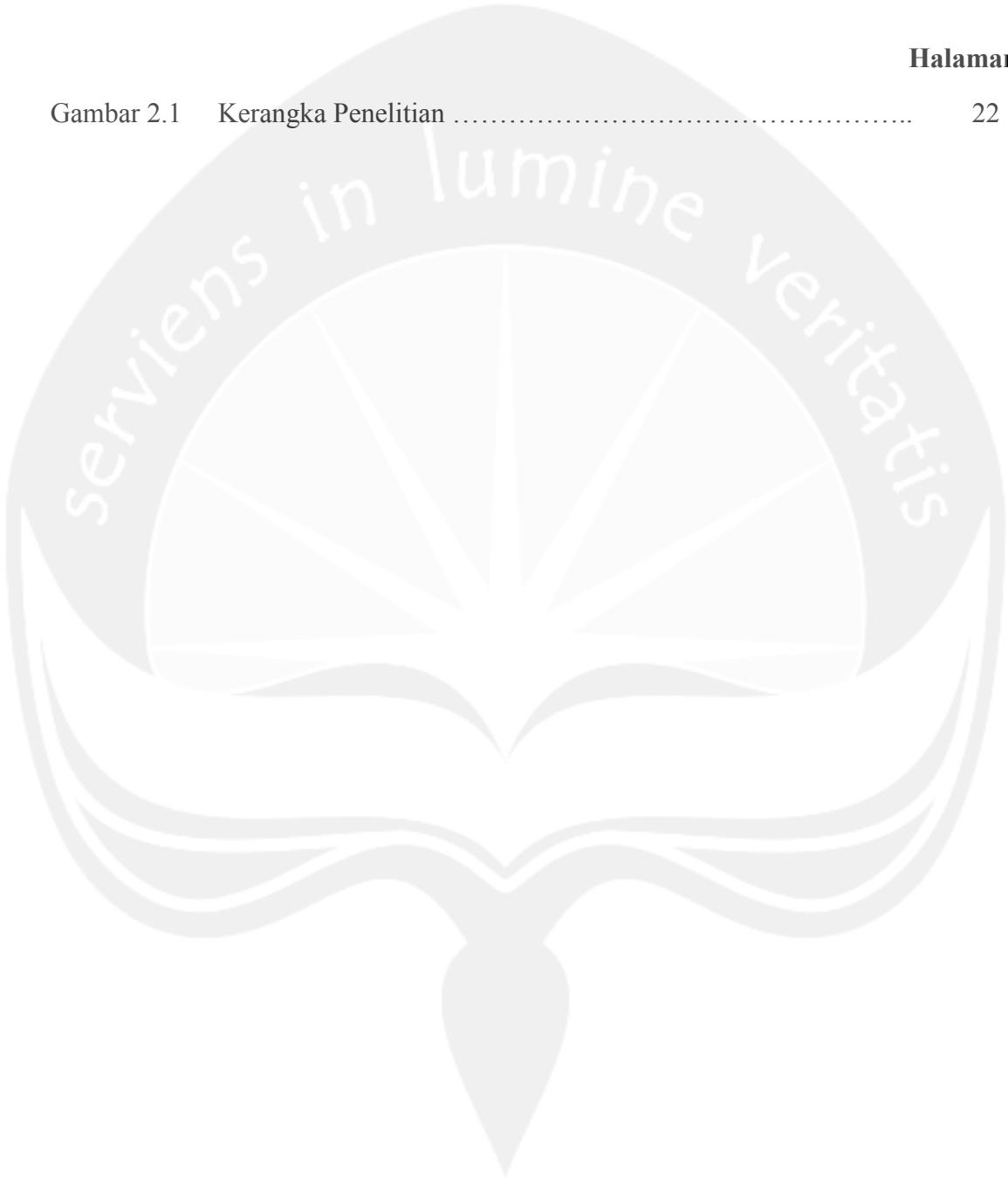
4.2.2 Uji Reliabilitas	38
4.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda	38
4.2.4 Hasil dari <i>Monetary Question</i>	41
4.3 Pembahasan	43
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	45
5.2 Implikasi Manajerial	47
5.3 Saran untuk Penelitian Mendatang	48
5.4 Keterbatasan Penelitian	48
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN	52

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1	Karakteristik Responden 36
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas 37
Tabel 4.3	Hasil Uji Reliabilitas 38
Tabel 4.4	Hasil Uji Regresi Pengaruh <i>Value Equity</i> , <i>Brand Equity</i> , <i>Relationship Equity</i> , dan <i>Green Equity</i> terhadap <i>Loyalty Intention</i> 39
Tabel 4.5	Hasil <i>Monetary Question</i> 42

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	22



DAFTAR LAMPIRAN

		Halaman
Lampiran I	Kuesioner	52
Lampiran II	Data Mentah Kuesioner	56
Lampiran III	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	65
Lampiran IV	Hasil Analisis Karakteristik Responden	75
Lampiran V	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	77

**PENGARUH *VALUE EQUITY, BRAND EQUITY, RELATIONSHIP EQUITY,*
DAN *GREEN EQUITY* TERHADAP *LOYALTY INTENTION*
PADA CERIA BOUTIQUE HOTEL YOGYAKARTA**

Disusun oleh:
Merryana
NPM: 12 03 19831

Pembimbing:
E.Kusumadmo, MM., Ph.D.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *value equity, brand equity, relationship equity,* dan *green equity* terhadap *loyalty intention* Ceria Boutique Hotel Yogyakarta. Data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan dipilih sebanyak 100 responden yang memenuhi kriteria. Hasil penelitian ini menunjukkan baik secara simultan maupun parsial variabel *value equity, brand equity, relationship equity,* dan *green equity* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *loyalty intention* Ceria Boutique Hotel Yogyakarta. Variabel yang paling berpengaruh terhadap *Loyalty Intention* adalah variabel *green equity* dengan *standardized coefficients* beta sebesar 0,255.

Kata kunci: *value equity, brand equity, relationship equity, green equity, loyalty intention.*