

**PENGARUH LOYALITAS MEREK DAN CITRA MEREK
TERHADAP EKUITAS MEREK**

(Studi pada konsumen pengguna sepeda motor merek Suzuki)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana S1
Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Fransiskus Satria Budiman

NPM: 16 03 22812

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2023

**PENGARUH LOYALITAS MEREK DAN CITRA MEREK
TERHADAP EKUITAS MEREK**

(Studi pada konsumen pengguna sepeda motor merek Suzuki)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana S1
Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Fransiskus Satria Budiman

NPM: 16 03 22812

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2023

SKRIPSI

**PENGARUH LOYALITAS MEREK DAN CITRA MEREK
TERHADAP EKUITAS MEREK**

(Studi pada konsumen pengguna sepeda motor merek Suzuki)

Disusun oleh:

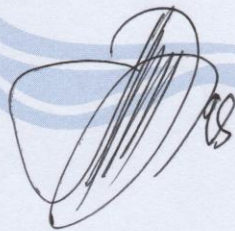
Fransiskus Satria Budiman

NPM: 16 03 22812

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing



Th. Diah Widiastuti, SE., M.Si.

Tanggal, 9 Juni 2023

SKRIPSI

PENGARUH LOYALITAS MEREK DAN CITRA MEREK TERHADAP EKUITAS MEREK

(Studi pada konsumen pengguna sepeda motor merek Suzuki)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

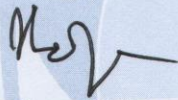
Fransiskus Satria Budiman

NPM: 16 03 22812

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal, 9 Juni 2023
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1) Program
Studi Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



Dr. C Handoyo Wibisono, M.M., CSA.

Anggota Panitia Penguji



Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.



Th. Diah Widiastuti, SE., M.Si.

Yogyakarta, 9 Juni 2023

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

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

PERNYATAAN

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

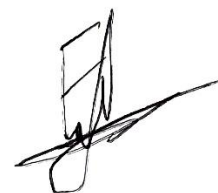
PENGARUH LOYALITAS MEREK DAN CITRA MEREK TERHADAP EKUITAS MEREK

(Studi pada konsumen pengguna sepeda motor merek Suzuki)

Bahwa judul di atas benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini pada bagian 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, 2 Mei 2023

Yang menyatakan



Fransiskus Satria Budiman

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kepada Tuhan atas segala berkat yang telah diberikan pada saya. Karena berkat dan karunianNya yang berlimpah, saya mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini adalah salah satu syarat yang penulis harus dipenuhi untuk dapat memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S1) dari Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Berkat dari Tuhan juga dicurahkan melalui banyak orang yang telah memberikan bimbingan, dukungan dan motivasi kepada penulis untuk dapat mampu menyelesaikan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan doa, dukungan, bantuan dan motivasi yaitu kepada:

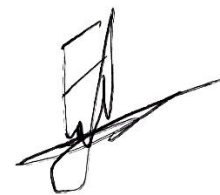
1. Ibu Th. Diah Widiastuti, SE., M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis hingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Seluruh dosen dan staff Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan ilmu dan layanan kepada penulis selama menjadi mahasiswa di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
3. Papa dan mama yang telah memberikan semua yang terbaik bagiku. Kasihmu mengalir tanpa henti.
4. Saudara-saudaraku tercinta, terimakasih untuk semua yang telah kalian berikan bagiku.

5. Seseorang yang spesial dan telah menemaniku dengan segala situasi, terima kasih atas semua yang telah kau berikan.
6. Para responden yang telah memberikan dukungan dengan mengisi kuesioner penelitian ini.
7. Teman-teman angkatan 2016, terimakasih untuk semua yang telah kita lewati.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penyelesaian skripsi ini.

Semoga Tuhan selalu memberkati bapak, ibu, serta saudara sekalian dengan berkat-berkat yang dibutuhkan, terima kasih.

Yogyakarta, Mei 2023

Penulis



Fransiskus Satria Budiman

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Kesuksesan adalah hal yang harus diusahakan



Skripsi ini kupersembahkan untuk:

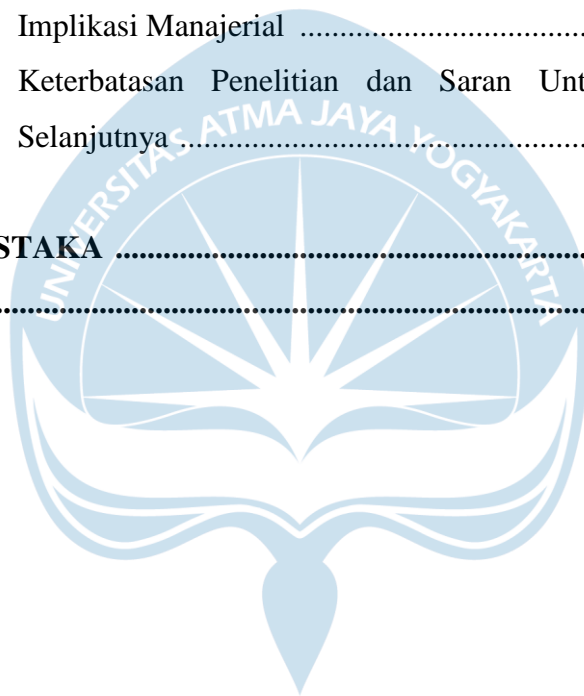
Semua orang yang mengasihiku

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
INTISARI	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.5. Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1. Sikap Merek	9
2.2. Asosiasi Merek	10
2.3. Personalitas merek	10
2.4. Loyalitas merek	11
2.5. Citra merek	12
2.6. Ekuitas merek	13
2.7. Penelitian Terdahulu	14
2.8. Kerangka Penelitian	19

2.9. Hipotesis Penelitian.....	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	33
3.1. Bentuk Penelitian	33
3.2. Populasi, Sampel dan Jumlah Sampel.....	33
3.3. Definisi Operasional dan Indikator	34
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	37
3.5. Metode Pengukuran Data	38
3.6. Metode Pengujian Instrumen	39
3.6.1. Uji Validitas	39
3.6.2. Uji Reliabilitas	41
3.7. Metode Analisis Data	42
3.7.1. Analisis Persentase	42
3.7.2. Analisis Deskriptif	43
3.7.3. Analisis <i>Structural Equation Modelling</i>	44
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	48
4.1. Analisis Persentase	48
4.2. Penilaian Responden Pada Variabel Penelitian	53
4.2.1. Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Sikap Merek	54
4.2.2. Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Asosiasi Merek	55
4.2.3. Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Personalitas Merek	56
4.2.4. Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Loyalitas Merek	57
4.2.5. Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Citra Merek	58
4.2.6. Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Ekuitas Merek	60

4.3.	<i>Analisis Structural Equation Modelling</i>	61
4.3.1.	<i>Evaluasi Goodness of Fit-Menilai Outer Model</i>	61
4.3.2.	<i>Evaluasi Goodness of Fit-Menilai Inner Model</i>	68
4.3.3.	Pengujian Hipotesis dan Pembahasan	70
4.4.	Pembahasan	78
BAB V	PENUTUP	86
5.1.	Simpulan	86
5.2.	Implikasi Manajerial	88
5.3.	Keterbatasan Penelitian dan Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	91
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	94



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1. Definisi Operasional	34
Tabel 3.2. Bobot Jawaban Kuesioner Penelitian	39
Tabel 3.3. Hasil Uji Validitas	40
Tabel 3.4. Hasil Uji Reliabilitas	42
Tabel 3.5. Penilaian Responden Pada Variabel Sikap Merek, Asosiasi Merek, Personalitas Merek, Loyalitas Merek, Citra Merek dan Ekuitas Merek	44
Tabel 4.1. Distribusi Responden Berdasarkan Kepemilikan Sepeda Motor Merek Suzuki	48
Tabel 4.2. Distribusi Responden Berdasarkan Pembelian Sepeda Motor Merek Suzuki	49
Tabel 4.3. Distribusi Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Sepeda Motor Merek Suzuki	50
Tabel 4.4. Distribusi Responden Berdasarkan Tipe Sepeda Motor Merek Suzuki yang Dimiliki	50
Tabel 4.5. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4.6. Distribusi Responden Berdasarkan Usia	52
Tabel 4.7. Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel 4.8. Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan	53
Tabel 4.9. Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Sikap Merek	54
Tabel 4.10. Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Asosiasi Merek	55
Tabel 4.11. Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Personalitas Merek	56

Tabel 4.12. Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Loyalitas	
Merek	57
Tabel 4.13. Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Citra Merek	58
Tabel 4.14. Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Ekuitas Mere	60
Tabel 4.15. <i>Outer Loading (Measurement Model)</i>	61
Tabel 4.16 <i>Cross Loading</i>	63
Tabel 4.17 <i>Consruct Reliability & Validity</i>	65
Tabel 4.18 Nilai <i>R-Square</i> dan <i>Adjusted R-Square</i>	67
Tabel 4.19 <i>Path Coefficient</i>	70



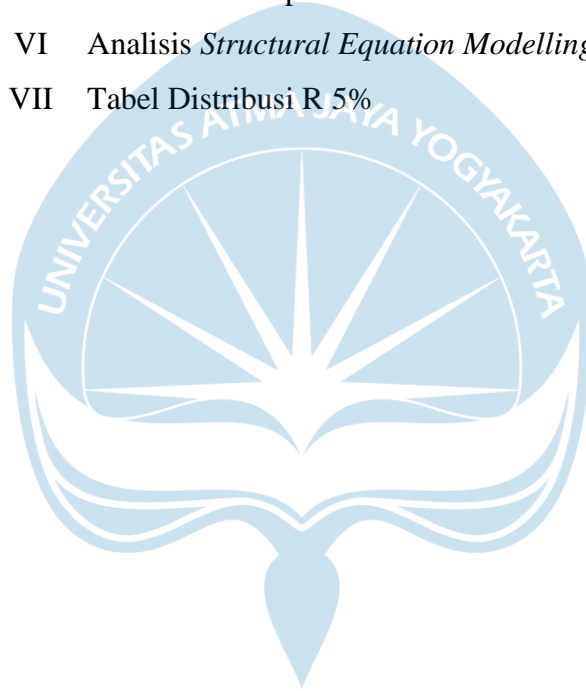
DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Penelitian	20
Gambar 4.1. Model Hubungan Antar Variabel Hasil Penelitian	77



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	I	Kuesioner
Lampiran	II	Data Jawaban Responden
Lampiran	III	Uji Validitas & Reliabilitas
Lampiran	IV	Analisis Persentase
Lampiran	V	Analisis Deskriptif Statistik
Lampiran	VI	Analisis <i>Structural Equation Modelling</i>
Lampiran	VII	Tabel Distribusi R 5%



PENGARUH LOYALITAS MEREK DAN CITRA MEREK TERHADAP EKUITAS MEREK

(Studi pada konsumen pengguna sepeda motor merek Suzuki)

**Disusun oleh :
Fransiskus Satria Budiman
NPM: 16 03 22812**

**Dosen Pembimbing:
Th. Diah Widiastuti, SE., M.Si.**

Intisari

Ekuitas merek yang tinggi menjadi salah satu kunci keberhasilan dalam bisnis. Ekuitas merek dapat ditingkatkan melalui peningkatan sikap merek, asosiasi merek, dan personalitas merek melalui peran loyalitas dan ekuitas merek sebagai variabel pemediasi. Penelitian ini dilakukan pada 200 orang konsumen pengguna sepeda motor Suzuki di Kabupaten Pangkalan Bun Kalimantan Tengah. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan metode pengukuran data menggunakan skala likert. Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis *Structural Equation Modelling*.

Hasil penelitian ini memberikan informasi bahwa: 1) Sikap merek, asosiasi merek, personalitas merek memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas dan citra merek. 2) Sikap merek, asosiasi merek, personalitas merek, loyalitas merek, dan citra merek memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap ekuitas merek. 3) Loyalitas merek dan citra merek secara signifikan memediasi pengaruh sikap merek, asosiasi merek, dan personalitas merek terhadap ekuitas merek.

Kata kunci: Sikap merek, asosiasi merek, personalitas merek, loyalitas merek, citra merek, dan ekuitas merek.