

**PENGARUH *BRAND EQUITY* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* PADA PENGGUNA PRODUK *APPLE IPHONE***

**Skripsi**

**Untuk memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi  
(S1)**

**Pada Program Studi Manajemen**

**Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun oleh :**

**Decky**

**NPM: 190324841**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**

**UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2023**

Skripsi

**PENGARUH *BRAND EQUITY* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* PADA PENGGUNA PRODUK *APPLE IPHONE***

Disusun Oleh:

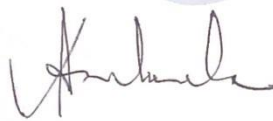
Decky

NPM: 190324841

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Pembimbing

13 Juli 2023



M. Parnawa Putranta, MBA., Ph.D.

Skripsi

**PENGARUH *BRAND EQUITY* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION*  
PADA PENGGUNA PRODUK *APPLE IPHONE***

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Decky

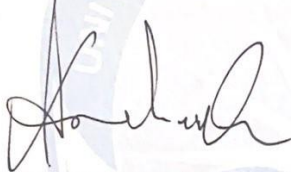
NPM: 19 03 24841

Telah dipertahankan di depan panitia penguji  
pada tanggal 7 Agustus 2023  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu  
persyaratan untuk mencapai gelar Derajat Sarjana Manajemen (S1)  
Program Studi Manajemen

**SUSUNAN PANITIA PENGUJI**

Ketua Panitia Penguji

Anggota Panitia Penguji



M. Parnawa Putranta, MBA., Ph.D.



Nadia Nila Sari, SE., MBA



Daniel Yudistya Wardhana, SE., MEI.

Yogyakarta, 10 Agustus 2023  
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



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

FAKULTAS BISNIS  
DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

## **PERNYATAAN**

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

### **PENGARUH *BRAND EQUITY* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* PADA PENGGUNA PRODUK *APPLE IPHONE***

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 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, 13 Juli 2023**

Yang menyatakan



Decky

**MOTTO**

*“A journey of a thousand miles begins with a single step”*



## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, Sang Buddha, Dhamma, dan Sangha atas segala perlindungan, berkat, kasih, dan karunia sampai saat ini, sehingga sampai saat ini peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan baik. Tugas akhir yang berbentuk skripsi ini, dengan judul pengaruh brand equity terhadap customer satisfaction pada pengguna produk apple iphone diselesaikan oleh peneliti sebagai bentuk pemenuhan persyaratan akhir untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) dari Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Peneliti menyadari keberhasilan dalam penelitian skripsi ini tidak lepas dari bantuan yang diberikan oleh berbagai pihak. Maka, dengan pantas dan penuh rasa syukur peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

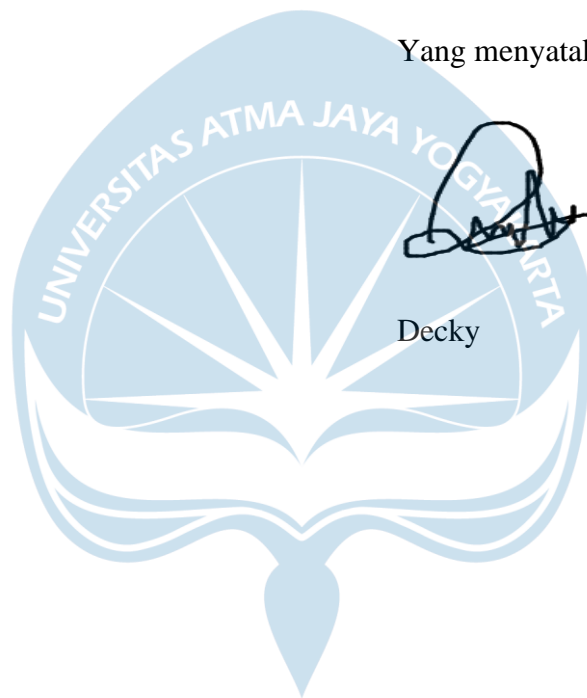
1. Ibu penulis, Sutinah atas doa dan dukungannya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar dan semoga ibu penulis bangga terhadap pencapaian penulis.
2. Ayah penulis, Budi Aco atas doa dan dukungannya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar dan semoga ayah penulis bangga terhadap pencapaian penulis.
3. Kakak dan adik penulis, Dennis, Cristryvia, Deniel, serta keluarga besar atas doa dan dukungannya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar dan semoga kakak, adik dan keluarga besar penulis bangga terhadap pencapaian penulis.

4. Bapak M. Parnawa Putranta, MBA., Ph.D. Selaku dosen pembimbing skripsi yang membimbing peneliti dalam penyusunan skripsi sehingga dapat selesai dengan baik dan tepat waktu.
5. Seluruh dosen program studi sarjana manajemen dan seluruh staff Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
6. Teman-teman penulis yang terkasih dan penulis banggakan dalam menyelesaikan proses skripsi bersama: Vina, Indira Dania, Refsi, Aris, Novin, Ezra, Widyanta, Vivin, Felix, Vidy, Sweet Chen, Fionna Quinn, Vincent, Raynald, Miguel, Nando, Ibe, Arga, Erick, Alvin, Stanley, Anggita, Gareth, Ian, Naufal, Elin, Angel, Coach Deon, John, Fifi, Rooney, Hendy, Randy, Wibi, Desmond, Wiliyen, Ervin, Geraldino, Gabriel, Bernard, Orelia, Dearren, Wilson, Ino, Langgeng, Reynard., dan lainnya yang penulis tidak dapat sebutkan satu-persatu.
7. Ibu kos, ibu Maria yang selalu support dan memberi makanan enak sehingga penulis selalu semangat dan terisi perutnya walaupun mengerjakan di kos.
8. Seluruh dosen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah mengajarkan berbagai mata kuliah dari awal hingga akhir semester kepada penulis.
9. Serta seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang tidak kalah penting.

Penulis mengharapkan berbagai kritik dan saran dari berbagai pihak yang membangun untuk perbaikan dan penyempurnaan penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak terutama dalam penelitian selanjutnya. Terima kasih atas seluruh dukungan dan semangatnya.

**Yogyakarta, 13 Juli 2023**

Yang menyatakan





## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HALAMAN PERNYATAAN .....	ii
MOTTO .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.6 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori .....	11
2.1.1 Customer Satisfaction (Kepuasan Pelanggan).....	11
2.1.2 <i>Brand Equity</i> (Ekuitas Merek).....	13
2.2 Hipotesis Penelitian.....	25
2.3 Kerangka Penelitian .....	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	29

3.1 Jenis Penelitian .....	29
3.2 Sumber Data .....	30
3.3 Populasi & Sampel .....	30
3.3.1 Populasi.....	30
3.3.2 Sampel .....	30
3.4 Instrumen Penelitian.....	32
3.5 Metode Pengujian Instrumen.....	35
3.5.1 Uji Validitas .....	36
3.5.2 Uji Reliabilitas .....	36
3.6 Metode Analisis Data .....	37
3.6.1 Analisis Deskriptif .....	37
3.7 Analisa Regresi Berganda .....	38
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>40</b>
4.1 Pengujian Instrumen.....	40
4.1.1 Uji Validitas .....	40
4.1.2 Uji Reliabilitas .....	42
4.2 Karakteristik Demografis Responden.....	43
4.3 Analisis Deskriptif Variabel .....	44
4.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	49
4.5 Pembahasan .....	52
4.5.1 Analisis Perceived Quality, Perceived Value of Cost, Brand Identification, Trust dan Lifestyle Congruence terhadap Customer Satisfaction.....	53
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>58</b>
5.1 Kesimpulan.....	58
5.2 Implikasi Manajerial.....	58
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	61
5.4 Saran .....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>63</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Pembagian Interval Kelas .....	38
Tabel 4. 1 Hasil Pengujian Validitas.....	41
Tabel 4. 2 Hasil Pengujian Reliabilitas .....	42
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden .....	43
Tabel 4. 4 Statistik Deskriptif Variabel Perceived Quality .....	45
Tabel 4. 5 Statistik Deskriptif Variabel Perceived Value of Cost.....	45
Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif Variabel Brand Identification .....	46
Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif Variabel Trust .....	47
Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif Variabel Lifestyle Congruence .....	47
Tabel 4. 9 Statistik Deskriptif Variabel Customer Satisfaction .....	48
Tabel 4. 10 Hasil Uji Regresi Berganda .....	49

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuisisioner .....	69
Lampiran II Rekap Data.....	76
Lampiran III Deskriptif Statistik.....	85
Lampiran IV Uji Validitas .....	89
Lampiran V Uji Reliabilitas .....	97
Lampiran VI Uji Regresi Linear Berganda.....	100



# **PENGARUH *BRAND EQUITY* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* PADA PENGGUNA PRODUK *APPLE IPHONE***

**Disusun oleh:**

**Decky**

**Pembimbing:**

**M. Parnawa Putranta, MBA., Ph.D**

**Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika**

**Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dimensi dari *brand equity* seperti *perceived quality*, *perceived value of cost*, *brand identification*, *trust*, dan *lifestyle congruence* terhadap *customer satisfaction* pada pengguna produk *Apple iphone*. Responden dalam penelitian ini berjumlah 189 orang. Teknik pengumpulan data penelitian menggunakan kuisioner. Metode analisis yang digunakan adalah: analisis deskriptif dan analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived quality*, *perceived value of cost*, *brand identification*, *trust*, dan *lifestyle congruence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*.

**Kata Kunci:** *perceived quality*, *perceived value of cost*, *brand identification*, *trust*, *lifestyle congruence*, *customer satisfaction*