

**PENGARUH ASOSIASI MEREK, KESADARAN MEREK, CITRA  
MEREK, DAN LOYALITAS MEREK TERHADAP EKUITAS MEREK  
(STUDI KASUS SEPATU VANS)**

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



**Disusun oleh:**  
**Francesco Marc Nicosta**  
**NPM: 190324786**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**  
**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**  
**UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2023**

**SKRIPSI**  
**PENGARUH ASOSIASI MEREK, KESADARAN MEREK, CITRA**  
**MEREK, DAN LOYALITAS MEREK TERHADAP EKUITAS MEREK**  
**(STUDI KASUS SEPATU VANS)**



**Disusun oleh:**  
**Francesco Marc Nicosta**  
**NPM: 190324786**

**Telah dibaca dan disetujui oleh:**

**Pembimbing**

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

**Yogyakarta, 9 Oktober 2023**

## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi

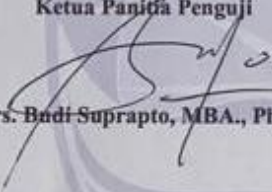
**PENGARUH ASOSIASI MEREK, KESADARAN MEREK, CITRA MEREK, DAN LOYALITAS MEREK TERHADAP EKUITAS MEREK (STUDI KASUS SEPATU VANS)**  
yang telah dipersiapkan dan disusun oleh

**Francesco Marc Nicosta**  
NPM: 19 03 24786

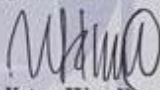
telah dipertahankan didepan Panitia Penguji  
pada tanggal 10 November 2023  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima  
sebagai salah satu persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)  
Program Studi Manajemen


### SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

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

Anggota Panitia Penguji

  
Daniel Yudistya Wardhana, SE., MEI

  
Vonezyo Yupanzara Dharomesz, SE., MBA

Yogyakarta, 10 November 2023

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

  
Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, SE., M.SC., Ph.D.

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

**PENGARUH ASOSIASI MEREK, KESADARAN MEREK, CITRA MEREK, DAN LOYALITAS MEREK TERHADAP EKUITAS MEREK (STUDI KASUS SEPATU VANS)**

Merupakan hasil karya saya sendiri. Seluruh pernyataan, ide, dan kutipan secara langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain, dinyatakan secara tertulis dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi, baik Sebagian maupun seluruh skripsi ini maka gelar sarjana dan ijazah yang diperoleh dinyatakan batal dan akan dikembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 9 Oktober 2023



Francesco Marc Nicosta

## KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat dan rahmatNya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH ASOSIASI MEREK, KESADARAN MEREK, CITRA MEREK, DAN LOYALITAS MEREK TERHADAP EKUITAS MEREK (STUDI KASUS SEPATU VANS)” dengan baik. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penyusunan skripsi tidak akan berjalan dengan baik tanpa bantuan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas berkatNya yang melimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik tanpa suatu kendala apapun.
2. Bapak Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D. selaku dosen pembimbing yang senantiasa membimbing penulis dengan baik dalam penyusunan skripsi.
3. Kedua orang tua saya bapak Nikodemus dan ibu Suwita, yang dimana kedua orang tua saya selalu mendukung dan selalu memberikan nasehat dalam proses saya mengerjakan skripsi
4. Istri saya Tria Putri Sari yang selalu menemani tiap waktu ketika saya mengerjakan dan slalu memberikan dukungan moral selama pengerjaan skripsi yang ada.
5. Teman-teman saya yang memberikan semangat dalam penyelesaian skripsi serta memberi hiburan disaat saya merasa stres ketika mengerjakan skripsi
6. Responden yang telah menyempatkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengisi kuesioner penelitian sehingga skripsi dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan yang ada. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan skripsi. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat baik kepada para pembaca.

Yogyakarta, 9 Oktober 2023



Francesco Marc Nicosta



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
ABSTRAK.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Batasan Masalah .....	6
1.4. Tujuan Penelitian .....	6
1.5. Manfaat Penelitian .....	7
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA .....	8
2.1. Asosiasi Merek.....	8
2.2. Loyalitas Merek .....	8
2.3. Kesadaran Merek .....	9
2.4. Citra Merek .....	9
2.5. Ekuitas Merek .....	9
2.6. Model Penelitian .....	10
2.7. Penelitian Terdahulu .....	10
2.8. Pengembangan Hipotesis .....	15
BAB III .....	17
METODE PENELITIAN.....	17
3.1. Lokasi Penelitian dan Objek Penelitian .....	17
3.2. Populasi, Sampel dan Metode Pengambilan Sampel .....	17
3.3. Metode Pengumpulan Data dan Pengukuran Data.....	18

3.4.	Definisi Dan Operasional Variabel .....	19
3.5.	Metode Pengujian Instrumen .....	23
3.5.1.	Uji Validitas .....	23
3.5.2.	Uji Reliabilitas .....	24
3.6.	Metode Analisis Data.....	25
3.6.1.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	25
BAB IV .....		27
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....		27
4.1.	Deskripsi Obyek Penelitian.....	27
4.2.	Profil Responden.....	27
4.3.	Analisis Regresi Berganda.....	28
4.4.	Pembahasan.....	30
4.4.1.	Pengaruh Asosiasi Merek terhadap Ekuitas Merek.....	30
4.4.2.	Pengaruh Loyalitas Merek terhadap Ekuitas Merek .....	30
4.4.3.	Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Ekuitas Merek .....	31
4.4.4.	Pengaruh Citra Merek terhadap Ekuitas Merek .....	31
BAB V .....		33
PENUTUP .....		33
5.1.	Kesimpulan .....	33
5.2.	Implikasi Manajerial .....	33
5.3.	Keterbatasan Penelitian.....	34
5.4.	Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	34
DAFTAR PUSTAKA .....		35
LAMPIRAN.....		36



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Top 10 Konsumen Alaskaki didunia.....	2
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu .....	10
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel.....	19
Tabel 3.2. Hasil Uji Validitas.....	23
Tabel 3.3. Hasil Uji Reliabilitas .....	24
Tabel 4.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	27
Tabel 4.2. Profil Responden Berdasarkan Umur .....	28
Tabel 4.3. R Square Pada Asosiasi Merek, Citra Merek dan Loyalitas Merek Terhadap Ekuitas Merek .....	29
Tabel 4.4. Hasil Uji F Pada Asosiasi Merek, Citra Merek dan Loyalitas Merek Terhadap Ekuitas Merek .....	29



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Daftar merek sepatu sneakers yang paling disukai .....	3
Gambar 2.1. Model Penelitian .....	10



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER .....	36
LAMPIRAN 2 FORMULIR GOOGLE FORM .....	39
LAMPIRAN 3 INDIKATOR JURNAL UTAMA.....	49
LAMPIRAN 4 HASIL PENGISIAN RESPONDEN .....	51
LAMPIRAN 5 HASIL SPSS .....	64
LAMPIRAN 6 JURNAL ACUAN .....	70



**PENGARUH ASOSIASI MEREK, KESADARAN MEREK, CITRA MEREK, DAN LOYALITAS MEREK TERHADAP EKUITAS MEREK (STUDI KASUS SEPATU VANS)**

**Francesco Marc Nicosta  
Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.  
Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta  
Jl. Babarsari No. 43-44, Yogyakarta**

**ABSTRAK**

Ekuitas pada sebuah merek merupakan hal yang positif bagi sebuah produk diperusahaan. Ekuitas merupakan hal penting dikarenakan ekuitas dapat menambah nilai dari suatu produk. Ekuitas yang didapat terjadi karena beberapa faktor yang mendasari seperti loyalitas merek, kesadaran merek, citra merek, asosiasi dari sebuah merek. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 130 responden yang mengetahui dan pernah membeli sepatu Vans. Pengambilan sample penelitian dilakukan dengan metode purposive sampling dan diambil melalui google Form dengan menggunakan skala likert 5 poin. Data sampel diolah menggunakan IBM SPSS 25. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Ekuitas merek dapat dipengaruhi oleh Asosiasi merek, Kesadaran merek, Citra merek, dan Loyalitas merek

Kata kunci: Asosiasi Merek, Kesadaran Merek, Citra Merek, Loyalitas Merek, EkuitasMerek