



**PENGARUH CITRA MEREK DAN SIKAP MEREK,
TERHADAP EKUITAS MEREK
(Studi Empiris pada Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia di
Yogyakarta)**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta



Oleh :

**Baiq Yuyun Suprianthi
20030410005**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

SKRIPSI
PENGARUH CITRA MEREK DAN SIKAP MEREK
TERHADAP EKUITAS MEREK
(Studi Empiris pada Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia di
Yogyakarta)



Telah disetujui Dosen Pembimbing

Pembimbing I

Indah Retnowati SE M Si

Tanggal 3 April 2008

SKRIPSI
PENGARUH CITRA MEREK DAN SIKAP MEREK
TERHADAP EKUTAS MEREK
(Studi Empiris pada Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia di
Yogyakarta)

Diajukan oleh

BAIQ YUYUN SUPRIANTHI

20030410005

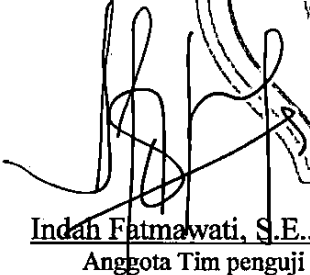
Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di Depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta


Tanggal 21 April 2008

yang terdiri dari

Misbahul Anwar, S.E., M.Si.

Ketua Tim Penguji


Indah Fatmawati, S.E., M.Si.
Anggota Tim penguji


Imam Bintoro, S.E., M.M.
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta


Misbahul Anwar, S.E., M.Si.
NIK : 143014

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Baiq Yuyun Suprianthi

Nomor Mahasiswa : 20030410005

menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul :

PENGARUH CITRA MEREK DAN SIKAP MEREK TERHADAP EKUITAS MEREK

**(Studi Empiris pada Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia di
Yogyakarta)**

tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dicantumkan dalam naskah ini dan disebut dalam daftar pustaka

Matharthankyu

Syukur ku panjatkan pada-Mu ya Allah S.W.T. yang telah memberikan ridho & barokah, serta telah memberikan kesempatan hingga dapatku melangkah sejauh ini.

Shalawat kepada junjungan terbesar Nabi Muhammad S.A.W. yang telah menjadi panutan & inspirasi umat muslim didunia.

Mama' cantik tercinta, terima kasih atas doa& limpahan kasih sayangnya, serta nasihat2 bijaksana yang menjadi pegangan yun selama ini. Terima kasih karena mama' selalu ada pada saat yun kesepian di jogja.

Abah cakep tercinta, terima kasih atas pengorbanan yang begitu besar. Tanpa do'a & dukungan abah mungkin yun tidak bisa menjadi seperti sekarang ini.

Adek-adek kk & tah tercinta "Engga & Ryan", harus jadi anak yang baik & sayang sama mama' & Abah, kita kebanggaan mereka.

Untuk Dia yang baik, yang selalu sabar & selalu ada untuk menemani & membantuku. Terima kasih atas semuanya.

Untuk bibi2ku & pamanku tersayang, terima kasih atas do'a & pulsanya.

Bu' Indah Fatmawati,SE, M.Si, terima Kasih atas do'a& bimbingannya serta ilmu yang telah diberikan.

To All:

Sahabat2ku narsizm girls (evi, tya, cindy, V3, via; keep be my best friend), Smunti'03 (amel, mia, resty, risma, galuh, pQ, culya, ikam, atun, reza, uqon, nizam), Sahabat2 cantikku (Dee, miy oneng, erna; i'll be miss u), my 2nd family (esty, pipin, rahma), M3 (iyeth, indry, raty, rizka, uwi, mitha), ABBI (mon-mon & hery)

Thanks a lot for all of you. be creative, reach your dreams and God

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh citra merek dan sikap merek terhadap ekuitas merek maskapai penerbangan Garuda Indonesia. Industri penerbangan dapat mengeksploitasi asset (merek) melalui produk dan servis kepada pelanggannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna jasa Garuda Indonesia. Jumlah sample yang diambil sebanyak 125 responden terhadap pengguna Garuda Indonesia di Yogyakarta. Pada penelitian ini, menggunakan data primer melalui survey dan dikumpulkan menggunakan kuesioner. Metoda pengambilan sampel menggunakan metoda *Purposive Sampling* dengan kriteria yang telah ditentukan peneliti. Analisis data dilakukan dengan menggunakan *Structural Equation Modeling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya citra merek yang memiliki pengaruh langsung terhadap ekuitas merek, sedangkan sikap merek tidak memiliki pengaruh langsung terhadap ekuitas merek ataupun terhadap citra merek, serta tidak memiliki pengaruh secara tidak langsung terhadap ekuitas merek melalui variabel intervening yaitu citra merek.

Kata kunci: citra merek, sikap merek, ekuitas merek

ABSTRACT

This research aim to test the influence of brand image and brand attitude to brand equity of Garuda Indonesia Airlines. Airlines Industrial can exploit the assets (brand) passing the product and service to its customer.

Population in this research is service user of Garuda Indonesia. Sum up the sample taken by counted 125 responder to consumer of Garuda Indonesia in Yogyakarta. This research using primary data passing the survey and use the quesioneer. for Intake the sample researcher use the method of Purposive Sampling with the criterion which have been determined by a researcher. Data analyse conducted by Structural Equation Modelling.

Result of research indicate that only brand image influence direct to brand equity, while brand attitude do not have the direct influence to brand equity and or to brand image, and also do not have the influence indirectly to ekuitas brand passing the intervening variable that is brand image.

Keywords: brand image, brand attitude, brand equity

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirobbil 'alamin, penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena dengan rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul :

PENGARUH CITRA MEREK DAN SIKAP MEREK TERHADAP EKUITAS MEREK (Studi Empiris pada Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia di Yogyakarta)

Skripsi disusun untuk memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penyelesaian ini tidak terlepas dari saran, bimbingan maupun bantuan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Misbahul Anwar, SE. M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Indah Fatmawati, SE, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
3. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama kuliah.
4. Lembaga Pendidikan Di DIY, yang telah memberikan izin dan bantuan dalam melaksanakan penelitian.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna, oleh karena itu saran dan kritik yang membangun kepada penulis diterima dan dipertimbangkan dengan segala kerendahan hati.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan umumnya bagi pembaca.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 21 April 2008

Penulis

2. Tingkatan Arti Merek.....	9
3. Citra Merek	11
4. Identitas Merek.....	11
5. Sikap Merek	13
6. Komponen Dasar Sikap.....	13
7. Ekuitas Merek	15
8. Kesadaran Merek.....	15
9. Hasil Penelitian Terdahulu	17
10. Hipotesis Penelitian.....	17
B. Model Penelitian	18
BAB III METODA PENELITIAN	20
A. Meroda Penelitian	20
B. Teknik Pengambilan Sampel.....	20
C. Jenis Data	22
D. Teknik Pengumpulan Data.....	22
E. Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel.....	23
F. Uji Kualitas Instrumen	26
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
A. Deskripsi Data.....	47
B. Uji Kualitas Instrumen	49

1. Uji Validitas	49
2. Uji Reliabilitas.....	52
C. Pengujian Hipotesis.....	53
D. Pembahasan.....	77
BAB V SIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN PENELITIAN	79
A. Kesimpulan.....	79
B. Keterbatasan Penelitian.....	80
C. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	82
TAMPIRAN	84

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Indikator Variabel Penelitian	25
Tabel 3.2 <i>Goodness of Fit Index</i>	42
Tabel 4.1 Profil Responden	47
Tabel 4.2 Hasil Pengujian Validitas Instrumen Citra Merek	49
Tabel 4.3 Hasil Pengujian Validitas Instrumen Sikap Merek	51
Tabel 4.4 Hasil Pengujian Validitas Instrumen Ekuitas Merek	51
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Reliabilitas	52
Tabel 4.6 Uji Kesesuaian Measurement Model Citra Merek	56
Tabel 4.7 Uji Kesesuaian Measurement Model Sikap Merek	58
Tabel 4.8 Uji Kesesuaian Measurement Model Ekuitas Merek	60
Tabel 4.9 Nilai Lambda Terms dan Error Terms	61
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Normalitas Data	63
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Univariate Outliers	67
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Multivariate Outliers	69
Tabel 4.13 Hasil Uji Goodness of fit	72
Tabel 4.14 Estimasi Hasil SEM	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1

Model Pengaruh Citra Merek dan Sikap Merek Terhadap Ekuitas Merek 18

Gambar 4.1 Hasil Analisis Jalur 73

Gambar 4.2 Hasil Analisis Jalur 76