

**PENGARUH EKUITAS MEREK DALAM MEMBENTUK GAYA HIDUP
DAN NILAI PELANGGAN PADA PENGGUNA MEREK SEPATU
OLAHRAGA NIKE DI YOGYAKARTA**

**THE INFLUENCE OF BRAND EQUITY IN SHAPPING THE LIFESTYLE
AND THE CUSTOMER VALUE ON THE USERS OF BRAND SPORT
SHOES NIKE IN YOGYAKARTA**

SKRIPSI

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



Oleh:

RAHAYU DINI LESTARI

20120410182

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2016

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Rahayu Dini Lestari

Nomor Mahasiswa : 20120410182

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul **“PENGARUH EKUITAS MEREK DALAM MEMBENTUK GAYA HIDUP DAN NILAI PELANGGAN PADA PENGGUNA MEREK SEPATU OLAHRAGA NIKE DI YOGYAKARTA”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan menurut pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila dalam skripsi ini, diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, April 2016

Rahayu Dini Lestari

MOTTO

Ini hidupku. Aku penentu kebesaran hidupku. It is my decision and my
action, or nothing at all!

(Mario Teguh)

Do the best. Be the best. Being second is not motivating.

Harta itu kurang apabila dibelanjakan tapi ilmu bertambah bila di
belanjakan.

(Ali Bin Abi Thalib)

Pendidikan merupakan perlengkapan paling baik untuk hari tua

(Aristoteles)

Persembahan

Skripsi ini ku persembahkan untuk.....

Untuk bapak H. Supriyadi dan ibu HJ. Kartini terima kasih kepada orang tua yang selalu cinta dan senantiasa mendoakan anaknya untuk sukses dan lancar dalam melangkah untuk meraih cita-cita, ini anakmu mencoba memberikan yang terbaik dan membanggakan kalian.

Untuk adik-adik ku yang selalu memberikan dorongan agar selalu semangat

Teman masa SMK Ku kanti winasih dan Marta Rahma yang memberikan dorongan agar menyelesaikan skripsi dan makasih doa-doanya selama ini

Untuk teman Tim PKM K “ARDAH” yang selalu suport satu sama lainnya terima kasih buat kalian

Untuk teman- teman manajemen E yang selalu suport untuk kelancaran skripsi dan temen-teman manajemen angkatan 2012

Serta untuk semua teman- teman yang sudah membantu utuk kelancaran skripsi

Untuk orang-orang yang aku sayangi dan cintai terima kasih untuk suport selama ini selalu memberikan saran dan masukan tentang apapun

Dan untuk almamaterku tercinta

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Ekuitas Merek Dalam Membentuk Gaya Hidup Dan Nilai Pelanggan Pada Pengguna Merek Sepatu Olahraga Nike Di Yogyakarta”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi organisasi dalam penggunaan taktik ekuitas merek mempengaruhi dalam membentuk gaya hidup dan nilai pelanggan dan memberikan ide pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Dr. Nano Prawoto, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Ibu Retno Widowati, P.A., S.E., M.Si., Ph.D. selaku Ketua Prodi Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.

3. Ibu Dr. Siti Dyah Handayani, M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian skripsi ini.
4. Ayah dan ibu serta adik-adik tercintaku yang senantiasa memeberikan doa, dorongan dan perthatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi.
5. Semua teman-teman dan semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi dan memberikan dorongan, kemudahan dan semangat untuk menyesaikan skripsi.

Sebagai kata akhir penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Semoga tugas akhir skripsi ini dapat menjadi bahan masukan bagi dunia pendidikan.

Yogyakarta, April 2016

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN | iv |
| HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN..... | v |
| INTISARI..... | vi |
| ABSTRAK | vii |
| KATA PENGANTAR | viii |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL..... | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Penelitian | 1 |
| B. Rumusan Rumusan Penelitian | 6 |
| C. Tujuan Penelitian | 7 |
| D. Manfaat Penelitian | 9 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 10 |
| A. Landasan Teori..... | 10 |
| 1. Pengertian Merek | 10 |
| 2. Peranan Merek..... | 10 |
| 3. Pengertian Ekuitas Merek | 12 |

| | |
|---|----|
| 4. Elemen-elemen Ekuitas Merek..... | 14 |
| 5. Gaya Hidup..... | 22 |
| 6. Nilai Pelanggan | 23 |
| B. Hasil Penelitian Terdahulu..... | 24 |
| C. Hipotesis..... | 26 |
| D. Model Penelitian | 30 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 32 |
| A. Obyek Penelitian | 32 |
| B. Jenis Data | 32 |
| C. Teknik Pengambilan Sampel..... | 33 |
| D. Teknik Pengumpulan Data..... | 33 |
| E. Definisi Operasional Variabel Penelitian..... | 34 |
| F. Uji Kualitas Instrumen dan Data..... | 38 |
| 1. Uji Valliditas | 38 |
| 2. Uji Reliabilitas..... | 39 |
| G. Uji Hipotesis dan Analisis Data | 39 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN | 42 |
| A. Gambaran Umum Obyek dan Subyek Penelitian..... | 42 |
| B. Hasil Uji Kualitas Instrumen..... | 44 |
| 1. Uji Validitas Instrumen | 44 |
| 2. Uji Reliabilitas Instrumen | 45 |
| 3. Statistik Deskriptif..... | 45 |
| C. Hasil Penelitian | 50 |

| | |
|---|----|
| 1. Uji Model | 50 |
| 2. Uji Hipotesis..... | 51 |
| D. Pembahasan..... | 59 |
| BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN | 63 |
| A. Simpulan | 63 |
| B. Keterbatasn Penelitian | 64 |
| C. Saran..... | 64 |
| DAFTAR PUSTAKA | 66 |
| LAMPIRAN | |

DAFTAR TABEL

| | | |
|-------|---|----|
| 3.1. | Rangkuman definisi operasional variabel dan indikator | 37 |
| 4.1. | Klasifikasi Penyebaran Kuesioner | 43 |
| 4.2. | Hasil Uji Validitas | 44 |
| 4.3. | Hasil Uji Reliabilitas | 45 |
| 4.4. | Statistik Kesadaran Merek | 46 |
| 4.5. | Statistik Persepsi Kualitas | 46 |
| 4.6. | Statistik Asosiasi Merek | 47 |
| 4.7. | Statistik Loyalitas Merek | 48 |
| 4.8. | Statistik Gaya Hidup | 48 |
| 4.9. | Statistik Nilai Pelanggan | 49 |
| 4.10. | Hasil Output General Result | 51 |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|-------|--|----|
| 2.1. | Konsep Brand Equity | 13 |
| 2.2. | Model Penelitian | 31 |
| 4.1. | Hasil Uji Direct Effect | 52 |
| 4.2. | Hasil Pengujian Model Direct Effect | 53 |
| 4.3. | Hasil Pengujian Model Indirect Effect..... | 53 |
| 4.4. | Hasil Pengujian Model Direct Effect | 54 |
| 4.5. | Hasil Pengujian Model Indirect Effect..... | 54 |
| 4.6. | Hasil Pengujian Model Direct Effect | 55 |
| 4.7. | Hasil Pengujian Model Indirect Effect..... | 55 |
| 4.8. | Hasil Pengujian Model Direct Effect | 56 |
| 4.9. | Hasil Pengujian Model Indirect Effect..... | 56 |
| 4.10. | Hasil Pengujian Model Direct Effect | 56 |
| 4.11. | Hasil Pengujian Model Penelitian..... | 57 |