

**PENGARUH EKUITAS MEREK DAN KEPUASAN PELANGGAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN *SMARTPHONE* SAMSUNG  
DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**TESIS**

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata 2



Diajukan Oleh:

**Muhammad Irwan Hadi**

20131020049

**Kepada**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2016**

TESIS

PENGARUH EKUITAS MEREK DAN KEPUASAN PELANGGAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN *SMARTPHONE* SAMSUNG  
DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

Diajukan Oleh

**Muhammad Irwan Hadi**

20131020049

Telah Disetujui Oleh :



**Dr. H. Susanto, M.S.**

TESIS


PENGARUH EKUITAS MEREK DAN KEPUASAN PELANGGAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN *SMARTPHONE* SAMSUNG  
DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

Diajukan Oleh

**Muhammad Irwan Hadi**  
20131020049

Tesis ini telah dipertahankan dan disahkan di depan  
Dewan Penguji Program Magister Manajemen  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Tanggal 27 Februari 2016


Yang terdiri dari



**Dr. Imamudin Yuliadi, M.Si.**  
Ketua Tim Penguji



**Dr. H. Susanto, M.S.**  
Anggota Tim Penguji



**Dra. Tri Maryati, M.M.**  
Anggota Tim Penguji

Mengetahui  
Ketua Program Magister Manajemen  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



**Prof. Dr. Heru Kurnianto Tjahjono**

## SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis ini bukan merupakan hasil plagiat karya orang lain, melainkan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diterbitkan oleh pihak manapun. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ada yang mengklaim bahwa karya ini adalah milik orang lain dan dibenarkan secara hukum, maka saya bersedia dituntut berdasarkan hukum yang berlaku di Indonesia.

Yogyakarta, 4 Januari 2016

 KETERANG  
TEMPEL  
6000  
ENAM RIBU RUPIAH  
buat Pernyataan :

Muhammad Irwan Hadi

20131020049

## MOTTO

كَمَا أَرْسَلْنَا فِيكُمْ رَسُولًا مِّنكُمْ يَتْلُوا عَلَيْكُمْ آيَاتِنَا وَيُزَكِّيكُمْ وَيُعَلِّمُكُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَيُعَلِّمُكُم مَّا لَمْ

تَكُونُوا تَعْلَمُونَ ﴿١٥١﴾

Sebagaimana (Kami telah menyempurnakan nikmat Kami kepadamu) Kami telah mengutus kepadamu Rasul di antara kamu yang membacakan ayat-ayat Kami kepada kamu dan mensucikan kamu dan mengajarkan kepadamu al-Kitab dan al-Hikmah, serta mengajarkan kepada kamu ('Ilm) apa yang belum kamu ketahui (Science).

[al-Baqarah [2] : 151, Terjemahan Dr. Waryani Fajar Riyanto, S.H.I.,M.Ag.]

Berdasarkan ayat di atas kita ketahui bahwa begitu banyak nikmat yang telah Allah berikan kepada kita mulai dari hal-hal yang kita anggap sederhana sampai sesuatu yang luar biasa. Hal ini harus kita syukuri karena Allah akan menambah nikmat-Nya kepada hamba-hamba yang bersyukur. Ilmu adalah salah satu nikmat yang diberikan oleh Allah dan pada dasarnya yang mengajarkan baik Ilmu maupun Pengetahuan adalah Allah melalui wasilah atau perantara sehingga tidak sepatasnya kita sombong karena merasa paling tahu dan mengkerdikan orang lain. Ilmu dan Pengetahuan adalah titipan yang bisa diambil kapanpun jika Allah menghendaki. Banyak kisah-kisah yang memberikan kita ibrah atau pelajaran agar tidak melakukan hal yang sama, sebaiknya kita bisa seperti padi yang semakin berisi semakin merunduk. Semoga Ilmu dan Pengetahuan yang kita peroleh selama ini bermanfaat bagi banyak orang dan menjadi salah satu bekal kita di akhirat kelak, mengingat hidup di dunia ini sangat singkat sekali jika dibandingkan dengan akhirat yang kekal, di dunia ini kita hanya mampir 1,5 jam menurut waktu akhirat karena 1 hari di akhirat sama dengan 1000 tahun waktu dunia. Jadi sangatlah penting untuk mempersiapkan bekal kita di akhirat kelak dan tidak terlalu terlena dengan manisnya dunia yang fana ini.

## KATA PENGANTAR



*Assalamu'alaikum, Wr. Wb*

Penulis mengucapkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik. Tesis dengan judul “ **PENGARUH EKUITAS MEREK DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SMARTPHONE SAMSUNG DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**” ini adalah salah satu syarat memperoleh gelar sarjana strata (S-2) pada Program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan tesis ini masih terdapat kekurangan, hal ini karena keterbatasan penulis. Keberhasilan penulisan karya ilmiah ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Heru Kurnianto Tjahjono selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta beserta seluruh staf pengajar, karyawan/i yang telah memberikan kesempatan, bimbingan, serta fasilitas yang diperlukan hingga tesis ini dapat selesai dengan baik.
2. Bapak Dr. H. Susanto, M.S. dan Ibu Dra. Tri Maryati, M.M selaku dosen pembimbing 1 dan 2, yang telah memberikan bimbingan, masukan, dan motivasi selama proses penyelesaian tesis ini.
3. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, semoga amal ibadah yang Bapak/Ibu/Saudara berikan mendapat balasan kebaikan dari Allah SWT, Aamiin

Akhirnya harapan penulis semoga tesis ini bermanfaat bagi semua pihak terutama bagi perkembangan ilmu pengetahuan pada Program Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

*Wassalamu'alaikum, Wr. Wb.*

Yogyakarta, 4 Januari 2016

Penulis

## DAFTAR ISI

	Hal
Halaman Judul .....	i
Halaman Persetujuan .....	ii
Halaman Pengesahan .....	iii
Pernyataan .....	iv
Motto .....	v
Kata Pengantar .....	vi
Daftar Isi .....	vii
Daftar Gambar .....	x
Daftar Tabel .....	xi
Daftar Lampiran .....	xii
Intisari .....	xiii
Abstract .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Batasan Masalah .....	9
C. Rumusan Masalah .....	9
D. Tujuan Penelitian .....	10
E. Manfaat Penelitian .....	10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	11
A. Landasan Teori .....	11
1. Ekuitas Merek .....	11
2. Kepuasan Pelanggan .....	17
3. Loyalitas Pelanggan .....	22
B. Penelitian Terdahulu .....	30
C. Kerangka Berpikir .....	40
D. Hipotesis .....	54
 BAB III METODE PENELITIAN .....	 55
A. Objek dan Subjek Penelitian .....	55
B. Populasi dan Sampel Penelitian .....	55
C. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	57
D. Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	59
E. Instrumen Penelitian .....	62
F. Uji Instrumen .....	64
G. Teknik Analisis Data .....	65
1. Analisis Regresi Berganda .....	65
2. Koefisien Determinasi (R-Square) .....	66
3. Uji Simultan (F-test) .....	66
4. Uji Parsial (t-test) .....	67



BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	69
A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian .....	69
B. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	77
C. Hasil Penelitian .....	81
D. Pembahasan .....	86
1. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	86
2. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	89
3. Pengaruh Ekuitas Merek Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	92
BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....	97
A. Simpulan .....	97
B. Saran .....	98

Daftar Pustaka

Lampiran

## DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 2.1 Konsep Ekuitas Merek .....	13
Gambar 2.2 Konsep Kepuasan Pelanggan .....	18
Gambar 2.3 Konsep Loyalitas Pelanggan .....	27
Gambar 2.4 Model Konseptual Teoritis .....	41
Gambar 2.5 Model Penelitian .....	53

## DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 3.1 Alternatif Skor Jawaban .....	64
Tabel 4.1 Pedoman Interpretasi Nilai Mean .....	70
Tabel 4.2 Penilaian Responden Pada Variabel Ekuitas Merek .....	71
Tabel 4.3 Penilaian Responden Pada Variabel Kepuasan Pelanggan .....	73
Tabel 4.4 Penilaian Responden Pada Variabel Loyalitas Pelanggan .....	75
Tabel 4.5 Validitas dan Reliabilitas Ekuitas Merek .....	78
Tabel 4.6 Validitas dan Reliabilitas Kepuasan Pelanggan .....	79
Tabel 4.7 Validitas dan Reliabilitas Loyalitas Pelanggan .....	80
Tabel 4.8 Nilai Koefisien Regresi Berganda .....	81
Tabel 4.9 Nilai Koefisien Determinasi .....	83
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Secara Simultan (F-test) .....	84
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Secara Parsial (t-test) .....	85

## DAFTAR LAMPIRAN

	Hal
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian .....	102
Lampiran 2. Data Penelitian .....	104
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	108
Lampiran 4. Hasil Analisis Regresi Ekuitas Merek dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	114

## INTISARI

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh Ekuitas Merek terhadap Loyalitas Pelanggan *Smartphone* Samsung, pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan *Smartphone* Samsung dan sejauh mana pengaruh Ekuitas Merek dan Kepuasan Pelanggan secara bersama-sama terhadap Loyalitas Pelanggan *Smartphone* Samsung di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta aktif yang menggunakan *smartphone* Samsung lebih dari satu kali dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Sampel dipilih berdasarkan kemudahan dalam menemukan responden yang sesuai kriteria peneliti dan yang dengan senang hati bersedia memberikan data dengan mengisi kuesioner. Validitas dan reliabilitas instrumen penelitian dilakukan dengan bantuan SPSS. Teknik analisis data yang digunakan adalah dengan analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ekuitas Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan *smartphone* Samsung di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan *smartphone* Samsung di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta serta Ekuitas Merek dan Kepuasan Pelanggan secara simultan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan *smartphone* Samsung di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Kemampuan variabel Ekuitas Merek dan Kepuasan Pelanggan dalam menjelaskan pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan mencapai 73,7 % dan sisanya sebesar 26,3 % merupakan pengaruh dari variabel lain di luar model yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci :** *Ekuitas Merek, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, Smartphone Samsung*

## **ABSTRACT**

*This research is descriptive research with quantitative approach. The purpose of this research is to looking for the impact of brand equity towards customer loyalty Samsung smartphone, the impact of customer satisfaction towards customer loyalty Samsung smartphone, and extent of the impact of brand equity and customer satisfaction towards customer loyalty Samsung smartphone at Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. The populations of the research were active students of Universitas Muhammadiyah Yogyakarta who used Samsung smartphone more than once with the total sample was 100 respondents. The researcher selected the samples based on convenient sampling to find the respondents who were the appropriate criteria from the researcher and feeling good to give the required data. The researcher used SPSS software as the tool to analyze the validity and reliability of the instrument. The data analysis technique used is multiple regression analysis.*

*Findings from this research showed that brand equity and customer satisfaction have a positive and significant impact towards customer loyalty Samsung smartphone at Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. In addition, brand equity and customer satisfaction simultaneously have impact towards customer loyalty Samsung smartphone at Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. The capabilities variables of brand equity and customer satisfaction to explain the impact towards customer loyalty Samsung smartphone at Universitas Muhammadiyah Yogyakarta was 73.7% and 26.3% is the influence of the other variables outside the model that are not investigated in this research.*

**Key Words:** *Brand Equity, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Samsung Smartphone.*