

**PENGARUH EKUITAS MEREK DAN CITRA MEREK TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING**

(Studi Pada Konsumen HP SAMSUNG seri A di Yogyakarta)

***THE INFLUENCE OF BRAND EQUITY AND BRAND IMAGE ON
CONSUMER LOYALTY WITH CONSUMER SATISFACTION AS AN
INTERVENING VARIABLE***

(Study on Consumers of Samsung Series A Handphone in Yogyakarta)



Disusun Oleh :

Ramadika Putra Fahmi

20200410017

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2024

Dengan ini saya,

Nama : Ramadika Putra Fahmi

NIM : 20200410017

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul **“PENGARUH EKUITAS MEREK DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Konsumen HP SAMSUNG seri A 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 secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat orang lain yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 05 Maret 2024



Ramadika Putra Fahmi

MOTTO

“Raihlah ilmu dan untuk meraih ilmu belajarlah tenang dan sabar.”

(Umar bin Khattab)

“Maka, sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan.”

(Q.S Al-Insyirah: 5)

“Siapa yang menempuh jalan untuk mencari ilmu, maka Allah akan mudahkan baginya jalan menuju surga.”

(HR Muslim, no. 2699)

PERSEMBAHAN

Puji Syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga memberi kesabaran, kemudahan dan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini. Perjuangan yang telah dilalui tidak lepas dari doa yang selalu dipanjatkan kepada Allah SWT serta dukungan dari keluarga maupun orang terkasih selama proses pengerjaan maupun sampai penyelesaian skripsi ini dengan baik, saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. Orang tua yang saya cintai dan selalu saya banggakan yaitu Bapak Bambang Marjuri dan Ibu Tri Padiarti yang selalu memberikan doa dan telah banyak membantu baik dukungan materil maupun emosional kepada saya untuk mendapatkan gelar S1 Manajemen. Dengan rasa syukur yang mendalam, saya ucapkan terima kasih atas segala cinta dan kasih sayang yang tak pernah berakhir. Keberhasilan ini saya dedikasikan sebagai hadiah istimewa untuk papa dan mama, sebagai bentuk penghargaan untuk semua usaha dan dukungan yang telah diberikan.
2. Adik saya yaitu Amira Putri Rahma yang selalu memberikan banyak bantuan dan dukungan kepada saya, semoga kita menjadi anak yang berbakti kepada orangtua serta menjadi kebanggan keluarga.

3. Sahabat saya yaitu Andayani Kusumaningsih yang selalu memberikan dukungan kepada saya dalam proses skripsi ini dan salah satu motivasi saya hingga pada saat ini, semoga apa yang dicita-citakan dapat segera terwujud,
4. Dosen pembimbing skripsi Bapak Sutrisno Wibowo, SE., M.M yang dengan penuh kesabaran dalam memberikan masukan, bimbingan, dan ilmu selama proses penyelesaian skripsi.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji Syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena berkat Rahmat, Hidayah, Inayah, serta Karunia-Nya penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga sholawat dan salam senantiasa terlimpah kepada Nabi Muhammad SAW, keluarganya, para sahabat, dan seluruh umatnya yang berharap akan syafaatnya. Amin.

Penyusunan skripsi ini diserahkan sebagai prasyarat untuk meraih gelar sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Judul yang diajukan oleh penulis adalah **“PENGARUH EKUITAS MEREK DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Konsumen HP SAMSUNG seri A di Yogyakarta)”**. Semoga skripsi ini bisa memberi manfaat seperti yang diinginkan oleh penulis, meskipun terdapat berbagai keterbatasan yang ada.

Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA., CRP. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari Wahyuningsih, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

3. Sutrisno Wibowo, S.E., M.M. Selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan bimbingan dan waktunya, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
4. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan selama penulisan skripsi ini.
5. Saya sangat berterima kasih kepada kedua orang tua saya karena dedikasi, doa, dan upaya tak kenal lelah mereka dalam mendidik saya dengan penuh kasih sayang sejak kecil. Saya juga berterima kasih kepada saudara-saudara saya dan seluruh anggota keluarga yang selalu memberikan dukungan dan doa mereka.
6. Saya berterima kasih kepada setiap orang yang telah mendukung, membantu, dan memberikan motivasi selama saya menyelesaikan skripsi ini.

Penulis mengakui bahwa terdapat banyak kekurangan dalam tesis ini dan dengan senang hati menerima kritik serta saran yang konstruktif. Pada akhirnya, penulis menyerahkan segala hasil kerja ini kepada Allah SWT, dengan harapan semoga dapat memberikan manfaat tidak hanya bagi penulis tetapi juga bagi semua orang.
Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 05 Maret 2024

Penulis

DAFTAR ISI

PENGARUH EKUITAS MEREK DAN CITRA MEREK TERHADAP.....	i
PENGARUH EKUITAS MEREK DAN CITRA MEREK TERHADAP.....	ii
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
INTISARI	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan.....	7
D. Manfaat.....	8
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Landasan Teori.....	9
B. Penelitian Terdahulu	21
C. Pengembangan Hipotesis	29
D. Model.....	35
BAB III	36
METODE PENELITIAN	36
A. Objek dan Subjek Penelitian.....	36
B. Jenis Data.....	36
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	37

D.	Teknik Pengumpulan Data.....	38
E.	Definisi Operasional Variabel Penelitian	39
F.	Uji kualitas Instrumen.....	43
G.	Analisis Data dan Uji Hipotesis	44
BAB IV	51
	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
A.	Gambaran Umum Objek / Subjek Penelitian.....	51
B.	Uji Kualitas Instrumen.....	55
C.	Hasil Penelitian.....	58
D.	Uji Hipotesis	74
E.	Pembahasan	80
BAB V	87
	SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN.....	87
A.	Simpulan.....	87
B.	Keterbatasan	89
C.	Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	98

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pasar Smartphone Indonesia Kuartal I 2023	2
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3. 1 Skala Likert Penelitian	39
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel Penelitian	41
Tabel 3. 3 Uji Goodness of fit.....	50
Tabel 4. 1 Karakteristik Data Responden	53
Tabel 4. 2 Uji Validitas.....	56
Tabel 4. 3 Uji Reliabilitas.....	57
Tabel 4. 4 Kategori Penilaian.....	58
Tabel 4. 5 Analisis Deskriptif ekuitas merek	59
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif citra merek.....	60
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif kepuasan konsumen	61
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif loyalitas konsumen.....	62
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas Data.....	67
Tabel 4. 10 Nilai Batas Mahalonobis Distance.....	68
Tabel 4. 11 Hasil Uji Outliers.....	69
Tabel 4. 12 Hasil Identifikasi Model.....	72
Tabel 4. 13 Hasil Uji Goodness of Fit.....	73
Tabel 4. 14 Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Langsung	75
Tabel 4. 15 Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian.....	35
Gambar 4. 1 Diagram Jalur	65
Gambar 4. 2 Persamaan Struktural.....	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Formulir Kuesioner	98
Lampiran 2 Hasil Tabulasi Data, Syarat Responden dan Identitas Responden	102
Lampiran 3 Statistik Deskriptif.....	110
Lampiran 4 Uji Kualitas Instrumen.....	110
Lampiran 5 Hasil Olah Data.....	111
Lampiran 6 SEM.....	117