

**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP LOYALITAS  
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
YOGYAKARTA**

**The Influence Of Brand Equity To Loyalty Students In  
Muhammadiyah University Yogyakarta**

**SKRIPSI**

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



Oleh :  
**HENDRA TAWAKQAL**  
20030410109

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2009**

**SKRIPSI**

**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP LOYALITAS  
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
YOGYAKARTA**

**The Influence Of Brand Equity To Loyalty Students In  
Muhammadiyah University Yogyakarta**

Diajukan Oleh

**HENDRA TAWAKQAL**  
**20030410109**

Telah Disetujui Dosen Pembimbing  
Pembimbing I

Sri Handari, SE.M.Si.  
NIK : 143038

Tanggal 05 Oktober 2009

**SKRIPSI**

**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP LOYALITAS MAHASISWA DI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
YOGYAKARTA**

**The Influence Of Brand Equity To Loyalty Students In  
Muhammadiyah University Yogyakarta**

Diajukan Oleh:  
Hendra Tawakqal  
20030410109

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan  
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Tanggal 25 November 2009  
Yang terdiri dari

Dr. Susanto, M.S.  
Ketua Tim Penguji

Ika Nurul Qamari, SE.M.Si.  
Anggota Tim Penguji

Sri Handari, SE.M.Si.  
Anggota Tim Penguji

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Misbahul Anwar, SE., M..Si.  
NIK: 14301

## **PERYATAAN**

Dengan ini saya,

Nama : Hendra Tawakqal

Nomer Mahasiswa : 20030410109

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: “PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP LOYALITAS MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH 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 diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, maka saya bersedia karya ini dibatalkan.

Yogyakarta, 25 November 2009

Hendra Tawakqal

## **Motto**

- Jadilah kamu manusia yang pada kelahiranmu semua orang tertawa bahagia, tetapi hanya kamu sendiri yang menangis; dan pada kematianmu semua orang menangis sedih, tetapi hanya kamu sendiri yang tersenyum.

(Mahatma Gandhi)

- Tiadanya keyakinanlah yang membuat orang takut menghadapi tantangan; dan saya percaya pada diri saya sendiri.

(Muhammad Ali)

## **PERSEMBAHAN**

- Papa dan Mamaku tercinta yang telah sayang dan berkorban banyak untuk aku.
- Saudara-saudaraku “aku sayang kalian”.

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui loyalitas mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dengan menggunakan teori ekuitas merek. Ekuitas merek dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua yaitu ekuitas merek jurusan dan ekuitas merek corporate.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa universitas muhammadiyah Yogyakarta yang berasal dari tiga jurusan yang telah ditentukan sebelumnya. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 150 responden. Penelitian ini menggunakan data primer melalui survey dan dikumpulkan melalui kuisioner. Metode pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria yang telah ditentukan peneliti. Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekuitas merek jurusan dan ekuitas merek perguruan tinggi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Keberhasilan jurusan menghasilkan lulusan yang fleksibel diterima bekerja diberbagai sektor industry/jasa, pelayanan memuaskan yang diberikan oleh jurusan, lulus dengan tepat waktu dan variable-variabel lain pada ekuitas jurusan terbukti dapat mempengaruhi loyalitas. Perguruan tinggi yang kuat secara finansial, kemampuannya dalam menghasilkan lulusan yang berkualitas dan reputasi perguruan tinggi terbukti dapat meningkatkan loyalitas.

Kata kunci : Ekuitas merek, Loyalitas.

## ***ABSTRRACT***

This study aims to determine the loyalty of students Muhammadiyah University of Yogyakarta by using the theory of brand equity. Brand equity in this research is divided into two major brand equity and corporate brand equity.

Population in this study are university students muhammadiyah Yogyakarta from three directions that had been predetermined. Number of sampel taken of 150 respondents. This study uses primary data collected through surveys and through questionnaires. Sampling method using a purposive sampling with predetermined criteria researchers. Data analysis is done using multiple regression.

The results showed that brand equity and brand equity majors colleges have a significant effect on loyalty. The success of majors produce graduates who accepted flexible working across various industry sectors / services, fulfilling the service provided by the department, graduated on time and other variables in the equity department can affect the loyalty shown. College financially strong, its ability to produce quality graduates and college reputation is proven to increase loyalty.

*Keyword : Brand equity, Loyalty.*



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji sukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini sebagai mana mestinya.

Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta”** disusun dalam rangka memenuhi tugas dan melengkapi syarat guna memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Dalam menyusun Skripsi ini peneliti telah banyak menerima saran dan bimbingan dari berbagai pihak yang mana hal tersebut sangat membantu penulis dalam menyusun Skripsi ini. Untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Papa dan Mamaku serta saudara-saudaraku yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian
2. Ibu Sri Handari, SE.M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktunya dan penuh kesabaran meberikan pengarahan serta bimbingan dalam menyusun skripsi ini.
3. Untuk kekasihku yang selalu memberikan dukungan dan perhatian sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Untuk anak-anak kos 3 island, terimakasih untuk semuanya.
5. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan amalan serta balasan yang setimpal bagi semua pihak yang membantu penyelesaian skripsi ini.

Demikian penulis berharap semoga Skripsi ini dapat bermamfaat bagi penulis khususnya pembaca pada umumnya.

Yogyakarta, 25 November 2009

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN PERSETUJUAN DOSEN PENGUJI .....	iii
PERYATAAN .....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latarbelakang penelitian.....	1
B. Rumusan masalah penelitian.....	5
C. Tujuan penelitian.....	5
D. Mamfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Landasan teori.....	7
1. Merek.....	7
2. Ekuitas Merek.....	10
3. Loyalitas merek.....	19

	B. Kerangka Penelitian Dan Hasil Penelitian Terdahulu.....	22
	C. Hipotesis.....	23
	D. Model Penelitian.....	27
BAB III	METODE PENELITIAN.....	29
	A. Objek dan Populasi Penelitian.....	29
	B. Jenis Data.....	29
	C. Teknik Pengambilan Sempel.....	29
	D. Teknik Pengumpulan Data.....	30
	E. Devinisi Oprasional dan Alat Ukur Variabel Penelitian.....	31
	F. Uji Kualitas Instrumen.....	34
	G. Uji Hipotesis dan Analisis Data.....	35
BAB IV	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	37
	A. Gambaran Umum Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.....	38
	B. Analisis Deskriptif.....	39
	C. Uji Kualitas Instrumen.....	41
	D. Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	43
	E. Pembahasan.....	46
BAB V	SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN.....	48
	A. Simpulan.....	48
	B. Keterbatasan Penelitian .....	48
	C. Saran.....	49

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

4.1. Data Responden Penelitian.....	39
4.2. Hasil Uji Validitas.....	40
4.3. Hasil Uji Reliabilitas.....	41
4.4. Hasil Analisis Regresi Berganda.....	42

## DAFTAR GAMBAR

2.1. Fungsi Asosiasi Merek.....	16
2.2. Nilai-nilai Persepsi Kualitas.....	18
2.3. Nilai Loyalitas Merek.....	21
2.4. Model Penelitian.....	27