

**PENGARUH CITRA MEREK DAN SIKAP MEREK**

**TERHADAP EKUITAS MEREK**

**BRAND IMAGE AND ATTITUDE INFLUENCE TO BRAND**

**EQUITY**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh :**

**Wisnu Aryo P**

**20050410039**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2011**

**PENGARUH CITRA MEREK DAN SIKAP MEREK**

**TERHADAP EKUITAS MEREK**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Kurikulum Dalam Memperoleh Gelar**

**Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi**

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**



**Disusun Oleh :**

**Wisnu Aryo P**

**20050410039**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2011**

**SKRIPSI**  
**PENGARUH CITRA MEREK DAN SIKAP MEREK**  
**TERHADAP EKUITAS MEREK**

**Diajukan Oleh**  
**WISNU ARYO PAMUNGKAS**  
**20050410039**



Telah Disetujui Dosen Pembimbing

Ika Nurul Qamari, S.E., M.Si  
143 058

Tanggal Juli 2011

**PENGARUH CITRA MEREK DAN SIKAP MEREK  
TERHADAP EKUITAS MEREK**

**Diajukan oleh**

**WISNU ARYO PAMUNGKAS**

**2005 041 0039**

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

Tanggal ; 11 Agustus 2011

Yang terdiri dari

**Rr. Sri Handari Wahyuningsih, S.E., M.Si**

**Ketua**

**Edi Supriyanto, Drs., M.M**

**Anggota**

**Indah Fatmawati, S.E., M.Si**

**Anggota**

**Mengetahui**

**Dekan Fakultas Ekonomi**

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

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

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini 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.

Yogyakarta, 28 Juli 2011

Wisnu Aryo Pamungkas

## INTISARI

Konsep ekuitas merek telah memberikan banyak kritik dari beberapa sarjana dalam hubungan untuk mengatur secara relevan dari praktik.

Dalam era globalisasi yang mana telah memberikan peningkatan dalam kompetisi perusahaan, merek merupakan lebih dari satu nilai asset yang dimiliki perusahaan dan merek telah dipakai perusahaan sebagai faktor yang memberikan keuntungan dalam kompetisi.

Pembelajaran ini merupakan suatu perlakuan ekuitas merek dan pengujian secara empirik yang dipakai sebagai konsep dalam model Aaker (1991) dan Keller (1993) atas efek langsung atau tidak langsung dari citra merek dan sikap merek terhadap ekuitas merek. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek dan sikap merek terhadap ekuitas merek.

**Kata Kunci : Citra Merek, Sikap Merek dan ekuitas Merek.**

## **ABSTRACT**

*The concept of brand equity got many critics from some scholars in relation to managerial relevancy in practice. In globalization era which has result in the increasing firm competition brand is he most valuable company's asset and is used as the competitive in Aaker's Model (1991) and Keller (1993) on the direct or indirect effect of brand image or through products and services to it's customers. This analysis was carried out using structural Equation Modeling. The result showed that brand image and brand attitude are signifikan to influence the brand equity.*

*Key words : Brand Image, Brand Attitide, and Brand Equity.*

## MOTTO

*Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain*

*(Q.S. Al - Insyiroh 6-7)*

*Hanya penderitaan hidup yang mengajarkan manusia untuk menghargai kebahagiaan dan kebaikan serta kebagusan hidup.*

*(hadits)*

*“Demi masa.*

*Sesungguhnya manusia itu benar-benar dalam kerugian. Kecuali orang-orang yang beriman dan beramal sholeh, dan nasehat-menasehati supaya mentaati kebenaran dan nasehat-menasehati supaya menpati kebenaran”*

*(Os. Al Ashar)*

*“Orang yang sedikit belajar seperti katak yang mengira kubangannya merupakan lautan”*

*(Peribahasa Mnyanmar)*

*Kupersembahkan Untuk :*

- *Bapak dan Ibu tercinta, Kakakku*
  - *Teman-temanku semua*
- “Terima kasih atas doa dan Cintanya”*
- *Almamaterku*



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji dan syukur hanya bagi Allah Swt, Rabb Yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penelitian dengan judul: **“PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP EKUITAS MEREK”**

Skripsi ini, dibuat sebagai syarat bagi penulis untuk mencapai gelar Sarjana Strata-1 (S-1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Namun, dengan penuh keyakinan dan kerendahan hati, dalam proses penelitian hingga selesainya skripsi ini, penulis sangat banyak mendapat bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Karenanya dalam kesempatan ini penulis ingin menghaturkan terimakasih kepada:

1. Bapak Misbahul Anwar, SE, M.Si selaku kepala dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Ika Nurul Qamari, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran dan masukan dalam penyusunan skripsi.
3. Keluargaku tercinta, Bapak dan Ibu serta kakak dan keluarga yang terus memberikan dorongan semangat bagi penulis untuk terus dan terus berjuang dalam melaksanakan penelitian dan penyusunan skripsi ini.
4. Keluarga Ayah angkatku tercinta AKBP Irwan Ramaini (Kapolres Sleman) beserta keluarga (Tante Yuli, dek Ajo, dek Eki, dek Mayang) yang telah membimbingku selama di Yogyakarta. ”Terima kasih banyak Babe dan Tante.”
5. Kekasihku tercinta yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi.
6. Sahabat-Sahabatku, Eko, Risang, Dedy, Ardian, Anie, Adi, Hafid yang telah bersama-sama melewati hari-hari baik suka maupun duka (Wisuda bareng beroooo)

7. Teman-teman kost Ex “Pondok Barokah” : Hari, Waludjo, Tekek, Wawan, Arif, Eka (Siwar), Anto (Lhusss) terima kasih atas semangatnya.
8. Banyumeneng : Keluarga (Ibu, Mas Yeogo, Wareh) Putri, Sidig, anggit, Kodok, Nisa, Sarjono, Edex, Othok, Simbel, Mbogo, Mas Gatot, dan BM PLUS. (kasih tempo....) yang sudah bersama-sama melewati hari-hari yang berat namun tetap indah *Thaks For Everything.....!*
9. Terima kasih dan mohon maaf yang sebesar-besarnya bagi pihak lain yang telah membantu namun terlewatkan oleh penulis.

Semoga segala bantuan, bimbingan serta petunjuk yang telah diberikan mendapat balasan serta pahala dari Allah SWT.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini jauh dari sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang memerlukan.

Yogyakarta, Juli 2011

Wisnu Aryo pamungkas

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN INTISARI .....	v
HALAMAN ABSTRACT .....	vi
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
1. Manfaat bagi perusahaan .....	6
2. Manfaat bagi penulis .....	6
3. Manfaat bagi pihak lain .....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	8
A. Landasan Teori .....	8
1. Merek .....	8
2. Citra Merek .....	12
3. Sikap Merek .....	14
4. Ekuitas Merek .....	15
B. Hasil Penelitian terdahulu .....	17
C. Hipotesis Penelitian .....	18
D. Model Penelitian .....	20

BAB III METODA PENELITIAN.....	21
A. Subyek/obyek Penelitian .....	21
B. Jenis Data .....	21
C. Teknik Pengambilan Sampel .....	22
D. Teknik Pengumpulan Data .....	22
E. Definisi operasional Variabel Penelitian .....	23
F. Uji Kualitas Instrumen .....	25
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data .....	26
 BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....	 29
A. Hasil Penyebaran Kuisisioner .....	29
1. Penggolongan Berdasarkan Jenis Kelamin .....	29
2. Penggolongan Berdasarkan Jenis Usia .....	30
3. Penggolongan Berdasarkan Jenis Pendidikan .....	30
4. Penggolongan Berdasarkan Jenis Pendapatan .....	31
5. Penggolongan Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	31
B. Pengujian Instrumen Penelitian .....	32
1. Uji Validitas .....	32
2. Uji Reabilitas .....	32
C. Pengujian Data .....	33
1. Pengujian regresi Berganda .....	33
2. Uji statistik t .....	34
3. Uji statistik F .....	35
4. Analisis Koefisien Determinasi .....	36
D. Pembahasan .....	37
 BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN KETERBATASAN PENELITIAN .....	 39
A. Kesimpulan .....	30
B. Keterbatasan .....	40
C. Saran .....	40

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
4.1 Hasil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	29
4.2 Hasil Responden Berdasarkan Usia .....	30
4.3 Hasil Responden Berdasarkan Pendidikan .....	30
4.4 Hasil Responden Berdasarkan Pendapatan .....	31
4.5 Hasil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	31
4.6 Hasil Uji Validitas .....	32
4.7 Hasil Uji Reabilitas .....	33
4.8 Hasil Pengujian Regresi Berganda .....	34
4.9 Hasil Analisis Uji F .....	35
4. 10 Hasil Pengujian Koefisien determinasi .....	36

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Model Penelitian .....	20