

**PENGARUH SIKAP MEREK, CITRA MEREK, EKUITAS MEREK DAN  
PREFERENSI MEREK TERHADAP NIAT BERPERILAKU DALAM  
PEMBELIAN PRODUK FASHION GLOBAL**

**THE INFLUENCE OF BRAND ATTITUDES, BRAND IMAGE, BRAND  
EQUITY AND BRAND PREFERENCE ON BEHAVIORAL INTENTION  
IN PURCHASING GLOBAL FASHION PRODUCTS**



**Oleh:**

**M Hamdhan Khanafi**

**20160410158**

**Dosen Pembimbing :**

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

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

**2023**

**PENGARUH SIKAP MEREK, CITRA MEREK, EKUITAS MEREK DAN  
PREFERENSI MEREK TERHADAP NIAT BERPERILAKU DALAM  
PEMBELIAN PRODUK FASHION GLOBAL**

**THE INFLUENCE OF BRAND ATTITUDES, BRAND IMAGE, BRAND  
EQUITY AND BRAND PREFERENCE ON BEHAVIORAL INTENTION  
IN PURCHASING GLOBAL FASHION PRODUCTS**

**SKRIPSI**

Diajukan guna memenuhi persyaratan untuk memperoleh Gelar sarjana pada  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis studi Manajemen Universitas Muhammadiyah  
Yogyakarta



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

**2023**

## HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : M Hamdhan Khanafi

NIM : 20160410158

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : **“PENGARUH SIKAP MEREK, CITRA MEREK, EKUITAS MEREK DAN PREFERENSI MEREK TERHADAP NIAT BERPERILAKU DALAM PEMBELIAN PRODUK FASHION GLOBAL”**. Sepengtauhan saya, tidak ada karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain selain yang saya sebutkan dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika ternyata berisi karya atau pendapat yang pernah ditulis oleh orang lain, maka saya bersedia penelitian ini dibatalkan.

Yogyakarta, 20 Juni 2023



M Hamdhan Khanafi

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Penulis menyadari bahwa penyusunan dan pembuatan karya sederhana ini tidak lepas dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati. Penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang tiada henti memberikan rahmat dan hidayah-Nya serta menerangi setiap langkah saya.
2. Rosulullah Muhammad SAW, suri tauladannya, panutan terbaikku dan tokoh idolaku.
3. Almarhumah ibu dan Ayah tercinta yang telah memberikan kasih sayang, dukungan, doa dan kesabaran yang tiada terhingga, yang tiada mungkin dapat kubalas hanya dengan selembar kertas yang tertulis kata cinta dan persembahan. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat saya sadar selama ini belum bisa, bahkan mungkin belum pernah membahagiakannya.
4. Kakek tercinta atas dukungan, doa, kasih sayang dan perhatiannya, walaupun kadang tanggapan saya jutek.
5. Bapak tercinta atas dukungan, doa, kasih sayang dan perhatiannya, walaupun kadang tanggapan saya jutek.
6. Istri tercinta atas dukungan, doa, kasih sayang dan perhatiannya.
7. Bulek tercinta atas dukungan, doa, kasih sayang dan perhatiannya, walaupun kadang tanggapan saya jutek.
8. Ibu Dr. Indah Fatmawati, SE., M.Si selaku pembimbing yang tidak kenal lelah memberikan ilmu, waktu, nasihat, pengarahan, dan pengertian sehingga terselesainya skripsi ini.
9. Teman-teman Manajemen, terimakasih telah saling mendukung dan memberikan kenangan sangat berarti selama ini. Semoga kesuksesan serta kebahagiaan selalu menyertai kita semua.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Sikap Merek, Citra Merek, Ekuitas Merek Dan Preferensi Merek Terhadap Niat Berperilaku Dalam Pembelian Produk Fashion Global” dengan baik dan tepat waktu. Penulis menyadari dalam menyelesaikan Skripsi ini memperoleh bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terimakasih pada:

1. Bapak Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., P.D., Ak., CA., CRP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Retno Widowati PA, M.SI., Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Indah Fatmawati, S.e., M.Si selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran memberikan bimbingan dan masukan seam proses penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak, Ibu dan keluarga yang selalu mendukung, memberikan motivasi dan mendoakan.
5. Teman-teman Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
6. Serta semua pihak yang turut membantu dalam penyusunan Skripsi.

Penulis menyadari sepenuhnya kemampuan yang ada dalam diri penulis, untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat berguna bagi penulis. Skripsi yang telah disusun oleh penulis ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan penulis sendiri. Akhir kata penulis ucapkan terimakasih.

Yogyakarta, ..... 2023

  
Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1    Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2    Rumusan masalah .....	5
1.3    Tujuan penelitian.....	6
1.4    Manfaat penelitian.....	6
BAB II.....	21
KERANGKA TEORI .....	21
2.1    Landasan Teori.....	21
2.1.1    Sikap merek.....	21
2.1.2    Citra merek.....	22

2.1.3	Ekuitas merek.....	23
2.1.4	Preferensi Merek .....	25
2.1.5	Niat berperilaku.....	25
2.2	Hubungan antar variabel .....	26
2.3	Hasil penelitian terdahulu.....	28
2.4	Penurunan hipotesis .....	31
2.4.1	Pengaruh sikap merek terhadap citra merek. ....	31
2.4.2	Pengaruh citra merek terhadap ekuitas merek .....	31
2.4.3	Pengaruh sikap merek terhadap ekuitas merek .....	32
2.4.4	Pengaruh ekuitas merek terhadap preferensi merek.....	33
2.4.5	Pengaruh preferensi merek terhadap niat berperilaku.....	33
2.5	Model penelitian dan hipotesis .....	33
<b>BAB III .....</b>		<b>25</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>		<b>25</b>
3.1.	Pendekatan dan Desain Penelitian.....	25
3.2.	Responden dan Setting Penelitian .....	25
3.3.	Metode Penyampelan .....	26
3.4.	Metode Pengumpulan Data .....	26
3.5.	Identifikasi Variabel Penelitian .....	26
3.6	Definisi Operasional.....	27
3.6.1.	Variabel bebas.....	27

3.6.2.	Variabel Terikat .....	28
3.7	Pengujian Intstrumen Penelitian.....	30
3.8	Analisis Data.....	30
BAB IV .....		32
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		32
4.1	Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian .....	32
4.1.1	Gambaran Umum .....	32
4.1.2	Deskripsi Responden Penelitian .....	32
4.2	Pengujian Kualitas Instrumen .....	34
4.3	Statistic Deskriptif.....	36
4.4	Proses Analisis Data.....	39
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian.....	49
BAB V .....		54
SIMPULAN, KETERBATASAN. DAN SARAN PENELITIAN .....		54
5.1	Simpulan .....	54
5.2	Keterbatasan Penelitian .....	55
5.3	Saran .....	55
DAFTAR PUSTAKA .....		59
LAMPIRAN KUESIONER .....		59
IDENTITAS RESPONDEN .....		60
II. KUESIONER .....		60
DAFTAR PERTANYAAN .....		64



A. SIKAP MEREK.....	64
B. CITRA MEREK.....	64
C. EKUITAS MEREK.....	65
D. PREFERENSI MEREK .....	65

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik transaksi pendapatan produsen sepatu tahun 2013-2017.....	2
Gambar 2.1 Hi potesis.....	34
Gambar 4. 1 Diagram Jalur.....	40
Gambar 4. 2 Model Penelitian Output AMOS.....	41
Gambar 4. 3 Nilai Pengaruh Langsung Antar Variabel.....	47

## DAFTAR TABEL

Table 1.1 Top brand index (TBI) Indonesia kategori sepatu olahraga .....	4
Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu .....	28
Table 3. 1 Perilaku konsumen ditentukan oleh niat berperilaku.....	28
Table 4. 1 Profil Responden.....	33
Table 4. 2 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	34
Table 4. 3 Statistik Deskriptif Variabel Sikap Merek .....	36
Table 4. 4 Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek .....	37
Table 4. 5 Statistik Deskriptif Variabel Ekuitas Merek.....	37
Table 4. 6 Statistik Deskriptif Variabel Preferensi Merek.....	38
Table 4. 7 Statistik Deskriptif Variabel Niat Berperilaku.....	38
Table 4. 8 Uji Normalitas Data .....	42
Table 4. 9 Pengujian <i>Normalitas Outliers</i> .....	44
Table 4. 10 <i>Computation of degrees of freedom</i> (Default model) .....	45
Table 4. 11 <i>Result</i> (Default Model) .....	45
Table 4. 12 Hasil Uji <i>Goodness-of-fit Indeks</i> .....	46
Table 4. 13 Hubungan Antar Variabel.....	47

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 kuesioner .....	59
Lampiran 2 Identitas Responden .....	60
Lampiran 3 Daftar Pertanyaan .....	64