

**PENGARUH UNSUR EKUITAS MEREK TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PRODUK EMBA PADA
PT. KASIH KARUNIA SEJATI MALANG**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen
Universitas Katolik Widya Karya Malang**



**DISUSUN OLEH :
VINA NOVIANA
2007.1430.10**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA MALANG
FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN
2010**

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini PT. Kasih Karunia Sejati Malang menerangkan dengan sesungguhnya bahwa :

Nama : Vina Noviana
NIM : 2007.1430.10
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Universitas : Katolik Widya Karya Malang

Telah melaksanakan Penelitian terhitung mulai tanggal 01 Oktober 2009 sampai dengan tanggal 07 Oktober 2009 .

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 10 Oktober 2009

Hormat kami,

PT. KASIH KARUNIA SEJATI

Djoko Trijahjana,S.E

Manager HRD & GA

TANDA PERSETUJUAN DRAFT SKRIPSI

Nama : Vina Noviana
Nim : 2007.1430.10
Universitas : Katolik Widya Karya
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul : **Pengaruh Unsur Ekuitas Merek Terhadap
Loyalitas Konsumen Produk EMBA Pada
PT. Kasih Karunia Sejati Malang**

Malang, 16 Februari 2010

DITERIMA DAN DISETUJUI

Pembimbing I

Pembimbing II

Dra. Anni Yudiastuti,MP

Drs. Cornelius Niwadolo,MM

NIP/NIK.1 90 015

NIP/NIK.1 85 004

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan Manajemen

Dra. Sivia Indrarini,MM,Ak

Drs.Cornelius Niwadolo,MM

NIP/NIK.1 93 027

NIP/NIK. 1 85 004

Skripsi yang berjudul :
**Pengaruh Unsur Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Konsumen
Produk EMBA Pada PT. Kasih Karunia Sejati Malang**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Nama : Vina Noviana

NIM : 2007.1430.10

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Widya karya Malang Pada Tanggal 16 Februari 2010 dan
telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh

Gelar sarjana Ekonomi Strata Satu (S-1)

Disahkan Oleh:

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Widya Karya Malang

Dra. Silvia Indrarini,MM,Ak

NIP/NIK.1 93 027

Dewan Penguji:

Tanda tangan

1. Drs.Cornelius Niwadolo,MM

.....

2. Dra. Anni Yudiastuti,MP

.....

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Kami yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “ Pengaruh Unsur Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Produk EMBA Pada PT. Kasih Karunia Sejati Malang “ merupakan karya asli dari :

Nama : Vina Noviana
 Nim : 2007.1430.10
 Jurusan : Manajemen
 Fakultas : Ekonomi
 Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang

Dan bukan karya plagiat baik sebagian maupun seluruhnya.

Demikian pernyataan ini kami buat dengan sebenar-benarnya dan apabila terdapat kekeliruan kami bersedia untuk menerima sanksi sesuai aturan yang berlaku.

Malang, 16 Februari 2010

(Vina Noviana)

DITERIMA DAN DISETUJUI

Pembimbing I

Pembimbing II

Dra. Anni Yudiastuti,MP

Drs. Cornelius Niwadolo,MM

NIP/NIK.1 90 015

NIP/NIK.1 92 024

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan Manajemen

Dra. Sivia Indrarini,MM,Ak

Drs.Cornelius Niwadolo,MM

NIP/NIK.1 93 027

NIP/NIK.1 92 024

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Vina Noviana
NIM : 2007.1430.10
Universitas : Katolik Widya Karya Malang
Fakultas : Ekonomi
Tempat, tgl lahir : Malang, 19 November 1981
Alamat : Jl. Sutan Syahrir 55 Malang
Nama Orang Tua
Ayah : Soetedjo Sugiharto
Ibu : Evy Herawati
Riwayat Pendidikan : -SDK Santa Maria I Malang 1994
SMPK Santa Maria I Malang 1997
SMUK Santo Albertus Malang 2000
Terdaftar sebagai mahasiswa Unika Widya Karya Malang
tahun 2007

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karuniaNya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan tepat pada waktunya dalam judul “ Pengaruh Unsur Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Produk EMBA pada PT.Kasih Karunia Sejati Malang “.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana strata satu jurusan manajemen pada Universitas Katolik Widya Karya Malang.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa adanya dorongan, bantuan, bimbingan, pengarahan, serta keterangan-keterangan dari beberapa pihak yang sangat besar artinya bagi peneliti. Oleh karena itu dalam kesempatan ini peneliti menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

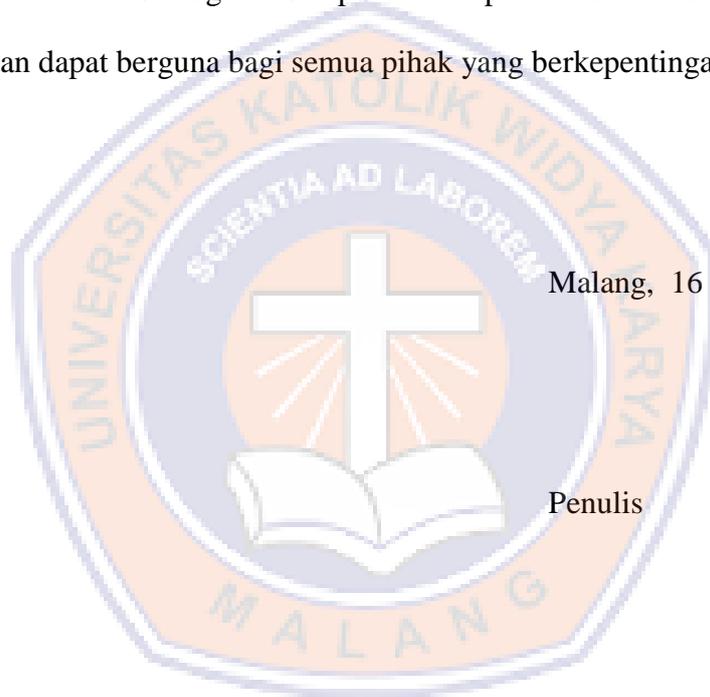
1. Dra. Anni yudiastuti, MP selaku dosen pembimbing I yang telah banyak mengorbankan, waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing, mengarahkan, dan memberi saran pada peneliti selama penyusunan skripsi ini hingga selesai.
2. Drs. Cornelius Niwadolo, MM selaku dosen pembimbing II dan Kepala Jurusan Manajemen.
3. Dra. Silvia Indrarini, M.M, Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang yang senantiasa

memberikan segala prosedur, persyaratan dan perijinan hingga selesainya skripsi ini.

4. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan begitu banyak ilmu pengetahuan kepada peneliti selama di bangku kuliah.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan , karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca demi penyempurnaan skripsi ini.

Akhir kata semoga hasil penelitian penelitian ini dapat memberikan manfaat dan dapat berguna bagi semua pihak yang berkepentingan.



Malang, 16 Februari 2010

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAKSI.....	xv
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	7
B. Konsep Ekuitas Merek	
1. Pengertian Ekuitas Merek.....	9
2. Dimensi Merek / Unsur Ekuitas Merek.....	9

C. Kerangka Pikir.....17

D. Hipotesis.....18

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....19

B. Ruang Lingkup Penelitian.....19

C. Lokasi Penelitian.....19

D. Populasi dan Sampel.....20

E. Sumber Data.....23

F. Definisi Operasional.....24

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reabilitas.....25

2. Uji Asumsi Klasik.....26

3. Uji Regresi Linier Berganda.....27

BAB IV : ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA

A. Gambaran Umum Perusahaan.....30

B. Deskripsi Karakteristik Responden.....32

C. Pengujian Instrumen (Uji Validitas dan Reabilitas).....36

D. Penyajian Data Jawaban Responden Hasil Kuisisioner.....38

E. Pengujian Asumsi Klasik.....43

F. Analisis Data dan Interpretasi Data.....50

BAB V : PENUTUP

A. Simpulan.....60

B. Saran.....61

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian.....7

Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....32

Tabel 4.2 Deskripsi Responden berdasarkan Jenis kelamin.....33

Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....33

Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pengenalan Produk.....34

Tabel 4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Keseringan Membeli Produk.....34

Tabel 4.6 Uji Validitas dan Reliabilitas Item Instrumen.....37

Tabel 4.7. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden39
Tentang Kesadaran Merek (X_1)

Tabel 4.8. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden39
Tentang Kesan kualitas (X_2)

Tabel 4.9. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden40
Tentang Asosiasi Merek (X_3)

Tabel 4.10. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden41
Tentang Loyalitas Merek (X_4)

Tabel 4.11. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden42
Tentang Loyalitas Konsumen (Y)

Tabel 4.12. Tabel Uji Normalitas45

Tabel 4.13. Uji Non-Multikolinearitas dengan *Value Inflation Factor* (VIF).....46

Tabel 4.14. Hasil Durbin Watson.....48

Tabel 4.15 Uji Korelasi *Product Momen Pearson*.....50

Tabel 4.16. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....52
Tabel 4.17. Perhitungan Sumbangan Efektif.....58



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konsep Ekuitas Merek.....10

Gambar 2.2 Piramida Brand Awareness10

Gambar 2.3 Nilai dari kesan Kualitas.....12

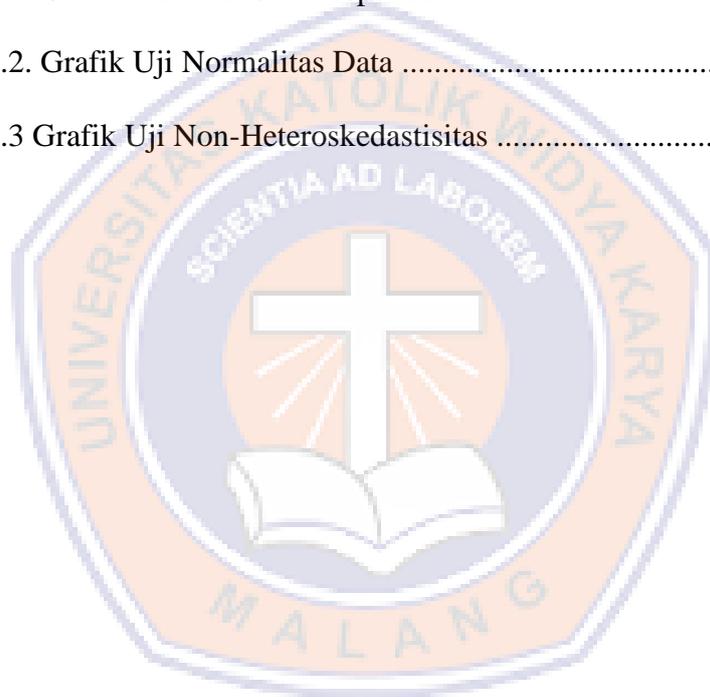
Gambar 2.4 Piramida Loyalitas.....13

Gambar 2.5 Kerangka Pikir.....17

Gambar 4.1. Grafik Karakteristik Responden.....36

Gambar 4.2. Grafik Uji Normalitas Data45

Gambar 4.3 Grafik Uji Non-Heteroskedastisitas49



ABSTRAKSI

Merek adalah jati diri atau identitas perusahaan yang harus dijaga agar tetap memiliki kesan (citra) baik di mata konsumennya . Bagaimana untuk dapat menjaga merek tersebut agar tetap dikenal dan memiliki kelangsungan hidup lebih lama maka perlu diketahui pengaruh dari unsur-unsur yang terkandung pada ekuitas merek yang erat kaitannya terhadap loyalitas konsumen seperti kesadaran merek, kesan kualitas, asosiasi merek dan loyalitas merek.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui signifikansi pengaruh unsur ekuitas merek seperti kesadaran merek, kesan kualitas, asosiasi merek dan loyalitas merek secara simultan dan parsial dan untuk mengetahui unsur-unsur ekuitas merek yang paling dominan memengaruhi loyalitas konsumen produk Emba pada PT. Kasih Karunia Sejati Malang .

Jenis penelitian yang digunakan adalah study kasus –korelasional yakni menyangkut hubungan antara dua variabel atau lebih dengan menggunakan populasi, sampel dan analisis data.

Dari hasil uji F (uji serempak) hasil uji t nampak bahwa nilai probabilitas $F < 0,05$ sehingga menunjukkan bahwa model regresi yang dibentuk oleh peneliti dapat diterima secara statistik . Hal ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dari unsur-unsur ekuitas merek terhadap loyalitas konsumen produk Emba pada PT. Kasih Karunia Sejati Malang.

Kata kunci adalah kesadaran merek (X_1), kesan kualitas (X_2), asosiasi merek (X_3), loyalitas merek (X_4) dan loyalitas konsumen (Y).