

PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP LOYALITAS

NASABAH PADA BANK DANAMON SURABAYA

S K R I P S I

Ditujukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Strata Satu
Jurusan Manajemen



OLEH :

ESTU SUKMA OKTAVIA

2010210092

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

2014

**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP LOYALITAS
NASABAH PADA BANK DANAMON SURABAYA**

Diajukan Oleh :

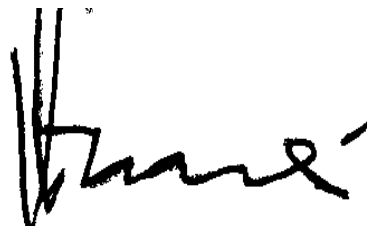
ESTU SUKMA OKTAVIA

NIM : 2010210092

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 22 Agustus 2014



(Dra. Lindiawati, M.M.)

SKRIPSI

**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP LOYALITAS NASABAH
PADA BANK DANAMON SURABAYA**

Disusun Oleh :
Estu Sukma Oktavia
2010210092

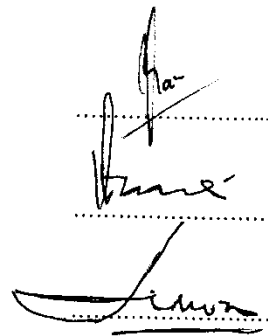
Dipertahankan didepan Tim Penguji
Dan dinyatakan Lulus ujian Skripsi
Pada Tanggal 11 September 2014

Tim Penguji

Ketua : Dr. Drs. Soni Harsono, M.si

Sekretaris : Dra. Lindiawati, M.M

Anggota : Drs. Irawan, M.M



PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Estu Sukma Oktavia
Tempat, Tanggal Lahir : Martapura, 16 Oktober 1991
N.I.M : 2010210092
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Perbankan
Judul : Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas
Nasabah Pada Bank Danamon Surabaya

Disetujui Dan Diterima Baik Oleh :

Ketua Program Studi S1 Manajemen

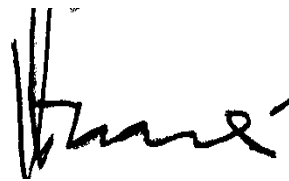
Tanggal : 31 Oktober 2014



(Mellyza Silvi, SE.M, Si)

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 16 Oktober 2014



(Dra. Lindiawati, M.M)

MOTTO

*Sungguh bersama kesukaran dan keringanan.
Karena itu bila kau telah selesai (mengerjakan
yang lain) dan kepada tuhan, berharaplah*

(Q.S. Al Insyirah : 6-8)

*Do Whatever you like, be consistent, and success
will come naturally*

*Kebahagiaan tidak akan datang dari luar. Dia
pasti muncul dari dalam. Dia bukanlah sesuatu
yang bisa kita lihat dan raba, namun ia adalah apa
yang kita pikirkan, rasakan dan lakukan ...*

- Hallen Keller -

Persembahan

*Dengan segenap rasa cinta, kasih sayang dan
kesungguhan ku persembahkan
kepada Abah dan ibu yang ku hormati yang
selalu mendukung dan memahami,
Dan kakak ku tersayang Coriana Ipuny
percayalah aku sangat beruntung memiliki mu
Serta sahabat-sahabatku terkasih
Citra, Yhu dan Bobby Tiada hari yang indah
tanpa kalian semua*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmatNya peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Danamon Surabaya” Pada kesempatan ini penulis juga menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Ibu Dra. Lindiawati, M.M. Selaku Pembantu Ketua Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama STIE Perbanas Surabaya, juga selaku Dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing serta memberikan motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Mellyza Silvy SE,Msi. Selaku Ketua Jurusan Manajemen STIE Perbanas Surabaya.
3. Bapak Dr. Drs. Soni Harsono, M.si dan Drs. Irawan, M.M selaku dosen penguji yang telah memberikan banyak masukan dalam pengerjaan skripsi sehingga berjalan dengan lancar
4. Ibu Prof. Dr. Dra Tatik Suryani S.Psi., M.M. Selaku Ketua STIE Perbanas Surabaya.
5. Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yangdengan ikhlas memberikan ilmu kepada penulis selama proses pembelajaran.
6. Seluruh Staf Perpustakaan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.
7. Seluruh Civitas Akademika Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.

Penulis menyadari bahwa apa yang disampaikan adalah masih jauh dari sempurna, untuk itu kritik dan saran yang membangun sangat diperlukan untuk menyempurnakan penulisan ini.

Semoga penulisan ini dapat memberikan manfaat dalam pengembangan pengetahuan bagi semua pihak.

Surabaya, 14 Oktober 2014

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN SIAP DIUJI.....	2
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	10
1.5.Sistematika Penulisan	10
BAB IITINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Landasan Teori.....	18
2.2.1 Pengertian Pemasaran.....	18
2.2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	19
2.2.3 Loyalitas Pelanggan	21
2.2.4 Merek	24
2.2.5 Ekuitas Merek	25
2.2.6 Dimensi-Dimensi Ekuitas Merek	26
2.2.7 Kesadaran Merek	27
2.2.8 Asosiasi Merek	29
2.2.9 Loyalitas Merek	32
2.2.10 Tingkat Loyalitas Merek	33
2.2.11 Persepsi Kualitas	36
2.2.12 Hubungan antar Variabel.....	38
2.3 Kerangka Pemikiran	40
2.4 Hipotesis Penelitian.....	41
BAB IIIMETODE PENELITIAN	42
3.1 Rancangan Penelitian	42
3.2 Batasan Penelitian	42
3.3 Identifikasi Variabel	42

3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	43
3.4.1 Defini Operasional	43
3.4.2 Pengukuran Variabel	44
3.5 Instrumen Penelitian.....	48
3.6 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	48
3.6.1 Populasi	48
3.6.2 Sempel dan Teknik Pengambilan Sampel	48
3.7 Data Dan Metode Pengumpulan Data.....	50
3.8 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	51
3.9 Analisis Regeresi Linear Berganda	52
3.10 Teknik Analisis Data	53
3.10.1 Analisis Deskriptif	53
3.10.2 Analisis Statistik	53
3.10.3 Uji Normalitas.....	54
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....	56
4.1 Gambaran Subyek Penelitian.....	56
4.2 Analisis Data	59
4.2.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	59
4.2.1.1 Uji Validitas	59
4.2.1.2 Uji Reliabilitas	61
4.2.2 Analisis Deskriptif.....	61
4.2.3 Uji Normalitas	67
4.2.4 Uji Regresi Linier Berganda.....	68
4.2.5 Uji F.....	71
4.2.6 Uji T.....	72
4.3 Pembahasan Hasil.....	74
4.3.1 Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Loualitas Nasabah	74
4.3.2 Pengaruh Asosiasi Merek Terhadap Loyalitas Nasabah	76
4.3.3 Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Loyaltas Nasabah	78
4.3.4 Pengaruh Loyalitas Merek Terhadap Loyalitas Nasabah	80
4.3.5 Rangkuman Hasil Uji Hipotesa.....	82
BAB V PENUTUP.....	83
5.1 Kesimpulan.....	83
5.2 Keterbatasan Penelitian	84
5.3 Saran	84
DAFTAR RUJUKAN	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1	: Peringkat Indeks Loyalitas Konsumen Indonesia.....	4
Tabel 2.1	: Perbandingan Penelitian Terdahulu Dengan Saat ini.....	17
Tabel 3.1	: Kisi-Kisi Definisi Operasional	47
Tabel 3.2	: Skala Likert.....	51
Tabel 4.1	: Presentase Jenis Kelamin Responden	56
Tabel 4.2	: Presentase Usia Responden	57
Tabel 4.3	: Presentase Lama Responden Menabung	57
Tabel 4.4	: Frekuensi Mengunjungi Bank Danamon	58
Tabel 4.5	: Responden Yang Menerima Gaji Melalui Bank Danamon	58
Tabel 4.6	: Hasil Uji Validitas	60
Tabel 4.7	: Hasil Uji Reliabilitas.....	61
Tabel 4.8	: Interval Kelas	62
Tabel 4.9	: Tanggapan Responden Terhadap Variable Kesadaran Merek.....	63
Tabel 4.10	: Tanggapan Responden Terhadap Variable Asosiasi Merek.....	64
Tabel 4.11	: Tanggapan Responden Terhadap Variable Persepsi Kualitas Merek.....	65
Tabel 4.12	: Tanggapan Responden Terhadap Variable Loyalitas Merek.....	66
Tabel 4.13	: Tanggapan Responden Terhadap Variable Loyalitas Nasabah	67
Tabel 4.14	: Uji Normalitas	68
Tabel 4.15	: Regresi Linier Berganda	69
Tabel 4.16	: Koefisien Determinan	71
Tabel 4.17	: Uji F	71
Tabel 4.18	: Uji T.....	72
Tabel 4.19	: Rangkuman Hasil Uji Hipotesa	82

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 : Indeks Peringkat Loylitas Nasabah.....	5
Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran <i>Taylor, Steven</i>	16
<i>Celuch, Kevin. Goodwin, Stephen. (2004). “The importance of brand equity to customer loyalty”</i> . Jurnal Emeraldinsightvol 13 2004	
Gambar 2.2 : Kerangka Pemikiran, Mela Yulmida, Surya Dharma,.....	17
<i>Ice Kamel. “Influence the Variables of Brand Equity on Customer Loyalty In The Airline Lion Water in the City Of Padang”</i> . Jurnal	
Gambar 2.3 : Piramida Kesadaran merek.....	28
Gambar 2.4 : Diagram Nilai Asosiasi Merek.....	30
Gambar 2.5 :Kerangka Penelitian.....	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	:	Kuesioner
Lampiran 2	:	Jenis Kelamin
Lampiran 3	:	Umur Responden
Lampiran 4	:	Responden Lama Menabung
Lampiran 5	:	Frekuensi Responden Menabung
Lampiran 6	:	Responden Menerima Gaji Melalui Bank
Lampiran 7	:	Hasil Uji Validitas
Lampiran 8	:	Hasil Uji Reliabilitas
Lampiran 9	:	Responden Kesadaran Merek
Lampiran 10	:	Responden Asosiasi Merek
Lampiran 11	:	Responden Persepsi Kualitas
Lampiran 10	:	Responden Loyalitas Merek
Lampiran 12	:	Responden Loyalitas Nasabah
Lampiran 13	:	Uji Normalitas
Lampiran 14	:	Regresi Linier Berganda
Lampiran 15	:	Regresi Linear Berganda
Lampiran 16	:	Koefisien Determinasi
Lampiran 17	:	Uji F
Lampiran 18	:	Uji T

INFLUENCE OF BRAND EQUITY ON CUSTOMER LOYALTY IN DANAMON BANK SURABAYA

**Estu Sukma Oktavia
2010210092**

E-mail: 2010210092@students.perbanas.ac.id

ABSTRACT

This study aims to influence the variables of brand equity on customer loyalty in Danamon bank Surabaya. The sample in this research is the customer Danamon bank Surabaya, amounting to 100 responden. Sampling techniques is purposive sampling. Types of data used are primary data through questionnaires. Data analysis method used is multiple linear regression analysis. Hypothesis testing using f-test and t-test statistics test to prove the effect of independent variables on the dependent variable is the simultaneous and partial or individual.

Results of this study found that brand awareness and brand loyalty is not proven positive effect on customer loyalty in Danamon bank Surabaya. While the brand association and perceived quality has a positive effect on customer loyalty in the Danamon Bank Surabaya.

Keywords: variables of brand equity, customer loyalty