

**PENGARUH KESADARAN MEREK, CITRA MEREK,  
ASOSIASI MEREK DAN LOYALITAS MEREK  
TERHADAP EKUITAS MEREK PADA  
PRODUK TOYOTA AVANZA  
DI SURBAYA**

**S K R I P S I**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Sarjana  
Program Studi Manajemen



Oleh :

**AHMAD ZAINUL MUJAHID**  
NIM: 2013210838

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
SURABAYA  
2017**

**PENGARUH KESADARAN MEREK, CITRA MEREK,  
ASOSIASI MEREK DAN LOYALITAS MEREK  
TERHADAP EKUITAS MEREK PADA  
PRODUK TOYOTA AVANZA  
DI SURBAYA**

Diajukan oleh :

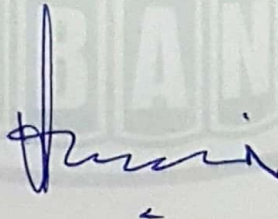
**AHAMD ZAINUL MUJAHID**

**NIM : 2013210838**

Sripsi ini telah dibimbing  
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen pembimbing

Tanggal : 2 Agustus 2017



**(Dra. LINDIAWATI, M.M.)**

SKRIPSI

PENGARUH KESADARAN MEREK, CITRA MEREK,  
ASOSIASI MEREK DAN LOYALITAS MEREK  
TERHADAP EKUITAS MEREK PADA  
PRODUK TOYOTA AVANZA  
DI SURBAYA

Disusun oleh :

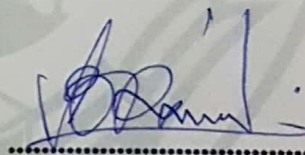
**AHAMD ZAINUL MUJAHID**

**NIM : 2013210838**

Dipertahankan didepan Tim Penguji  
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi  
Pada tanggal : 15 Agustus 2017

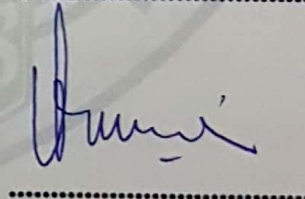
Tim Penguji

**Ketua : Dr. BASUKI RACHMAT, SE., M.M.**



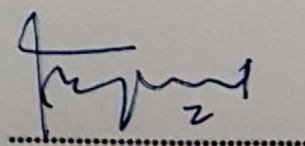
.....

**Sekretaris : Dra. LINDIAWATI, M.M.**



.....

**Anggota : EMMA JULIANTI, SE., M.M.**



.....

## PENGESAHAN SKRIPSI

**Nama** : Ahmad Zainul Mujahid  
**Tempat, Tanggal Lahir** : Kefamenanu, 12 November 1995  
**NIM** : 2013210838  
**Program Studi** : S1 Manajemen  
**Program Pendidikan** : Sarjana  
**Konsentrasi** : Manajemen Pemasaran  
**Judul** : Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek,  
Asosiasi Merek dan Loyalitas Merek Pada  
Produk Toyota Avanza di Surabaya

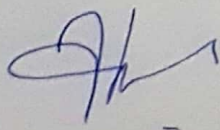
**Disetujui dan diterima baik oleh :**

**Ketua Program Studi Sarjana Manajemen**

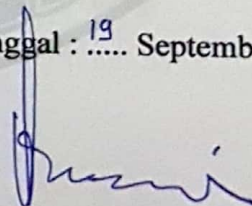
**Dosen Pembimbing**

Tanggal : 19. September 2017

Tanggal : 19. September 2017



**(Dr. MUAZAROH S.E.,M.T)**



**(Dra. LINDIAWATI, M.M.)**

## MOTTO

*Biarkan orang lain meremehkanmu tapi jangan biarkan dirimu meremehkan diri sendiri*

### **PERSEMBAHAN**

Bismillahirrohmanirohim, Hasil skripsi ini kupersembahkan kepada:

#### **ALLAH SWT**

Alhamdulillah, saya panjatkan puji syukur kepada ALLAH SWT yang telah mengabulkan doa saya agar dilancarkan dalam pengerjaan skripsi ini dengan tepat waktu dan hasil yang memuaskan.

#### **Ayah dan Bunda**

Untuk Ayah dan Bunda yang tercinta dan sangat kusayangi. Terimakasih telah memberikan motivasi, dukungan dan do'a kepadaku selama menempuh pendidikan. Gelar yang aku dapatkan hanyalah bonus dari ALLAH SWT yang telah mempercayakanku untuk membaggakan kalian, karena-Nya aku bisa memberikan kabar baik ini. Serta doa Ayah dan Bunda yang selalu menyertai sehingga dipermudah dalam mengerjakan skripsi ini karena ridho ALLAH SWT selalu bersama dengan ridho orang tua tercinta.

### **Dosen Pembimbing**

Untuk yang kuhormati dosen pembimbingku, dan almamaterku. Pengabdian kalian yang setia terhadap kampus STIE Perbanas Surabaya untuk jurusan manajemen pemasaran. Terimakasih kepada Ibu Lindiawati selaku dosen pembimbingku. Aku sangat kagum pada Ibu yang memiliki hati yang sangat tulus, bijaksana, mulia dan penuh integritas. Sekali lagi terimakasih atas jasa yang kau berikan.

### **Rista Catur Wulandari**

Hallo wulaaanndd....., pada kesempatan ini aku mau ucapakan terimakasih banyak yang selama ini sudah menemani aku dalam mengerjakan skripsi walapun aku begitu bawel kalau ngerjain skripsi sampai sering buat kamu ngambek-ngabek dan apa lagi kalau sudah keluar logat-logat kagak jelas yang buat aku makin gemes kalau dengernya. Maafin aku ya jikalau sudah membuat kamu sering marah-marah.... Hehehe :')

### **Aryan dhana, Tomi Arghanata, Deo, Aldo**

Hallo sahabat-sahabatku tercinta..... Terimakasih banyak yang telah memberikan dukungan kalian sampai skripsi ini telah selesai. Dikala aku membutuhkan hiburan kalian selalu ada untuk aku dan selalu menghibur aku entah touring ke luar kota atau nyangkruk di warkop untuk bercanda tawa. Aku tunggu tunggu touring selanjutnya ya hehehe ☺

### **Chandra, Emi, Tri Ummi dan Wahyu**

Untuk sahabat-sahabatku chandra, emi, Tri ummi dan wahyu terimakasih banyak yang selalu berjuang bersama-sama dalam mengerjakan skripsi dalam susah maupun senang serta canda tawa kalain. Aku minta maaf ya kalau dalam ucapan mau tingkah laku yang membuat kalian tidak suka.

### **Didin, Yusuf, Mei Dina, Nurul dan Mas Rama**

Untuk teman-teman satu perjuangan dan satu bimbingan terimakasih guuys yang sudah susah maupun senang dalam menyelesaikan revisian ya hehehe dan banyak sekali perjuangan yang kita lalui bersama. Alhamdulillah perjuangan kita selama ini membuahkan hasil dan sudah dinyatakan lulus. Yes ☺

### **Budiman Baso**

Untuk abangku budiman terimakasih banyak selama ini sudah merepotkan untuk minta bantuannya kesana-kemari nemanin pergi ngeprint dan sebar kuesioner hehehe. Maafkan adek yang sudah membuat repot ya ☺

### **Reinaldo Payon dan Hansen**

Untuk Reinaldo dan Hansen terimakasih banyak kawan yang sudah selama ini memberikan semangat dan memberikan hal-hal yang kocak di saat aku merasa buntu saat mengerjakan skripsi dan terimakasih selalu meluangkan waktu untuk bertukar pikiran.

### **Teman-temanku semua**

Untuk teman-teman semua yang tidak bisa aku sebutin satu-satu karena keterbatasan, terimakasih atas waktu kebersamaan yang sudah diberikan. Maafkan jika ada salah dalam perkataan yang membuat kalian sakit hati :').





## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayahnya, sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek, Asosiasi Merek dan Loyalitas Merek Terhadap Ekuitas Merek Pada Produk Toyota Avanza di Surabaya”.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan dan kerjasama dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati, penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Dra. Lindiawati, M.M. selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa dengan penuh pengertian dan kesabaran telah menyediakan waktu, tenaga, serta pikiran untuk membimbing penelitian ini.
2. Ibu Dr. Muazaroh, SE., M.T, selaku Ketua Program Studi Sarjana Manajemen STIE Perbanas Surabaya.
3. Bapak Dr. Lutfi, SE., M.Fin., selaku Ketua STIE Perbanas Surabaya.
4. Bapak Dr. Drs. M. Nadjib Usman M.M. selaku Dosen Wali.
5. Keluarga dan Kerabat yang membantu tanpa berkeluh kesah.

Dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan adanya masukan berupa kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, .....

Ahmad Zainul Mujahid

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xvi</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	8
2.2 Landasan Teori.....	17
2.3 Kerangka Pemikiran.....	28
2.4 Hipotesis Penelitian .....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>30</b>
3.1 Rancangan Penelitian.....	30
3.2 Batasan Penelitian.....	30
3.3 Identifikasi Variabel.....	31
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	31
3.5 Populasi, Sampel, Dan Teknik Pengambilan Sampel.....	36
3.6 Instrumen Penelitian .....	38
3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data.....	40
3.8 Uji Validitas dan Reabilitas .....	40
3.9 Teknik Analisis Data.....	41
<b>BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DATA.....</b>	<b>47</b>
4.1. Gambaran Subyek Penelitian.....	47
4.2. Analisis Data .....	50
4.3. Pembahasan.....	70

<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP.....</b>	<b>75</b>
	5.1. Kesimpulan .....	75
	5.2. Keterbatasan.....	75
	5.3. Saran .....	76

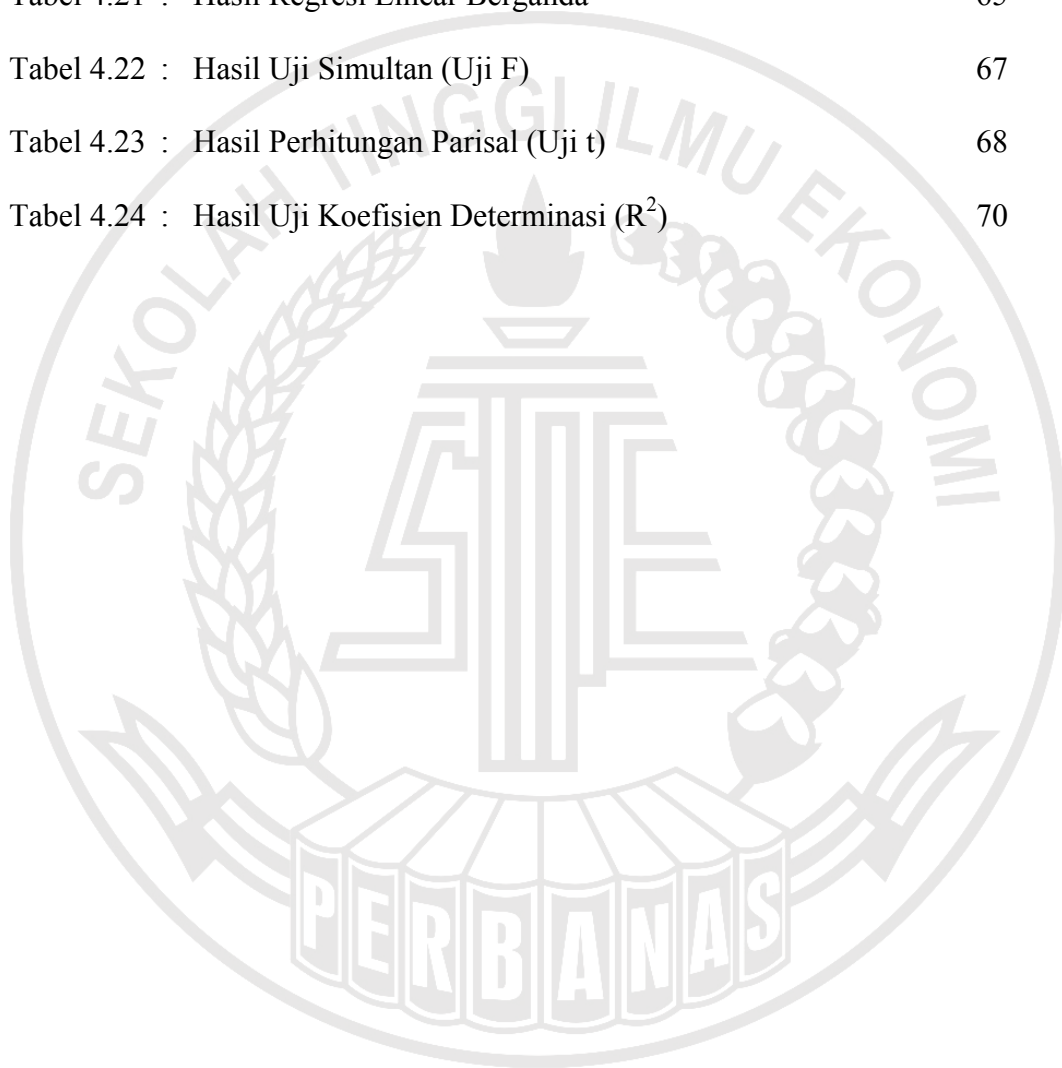
**DAFTAR RUJUKAN**  
**LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

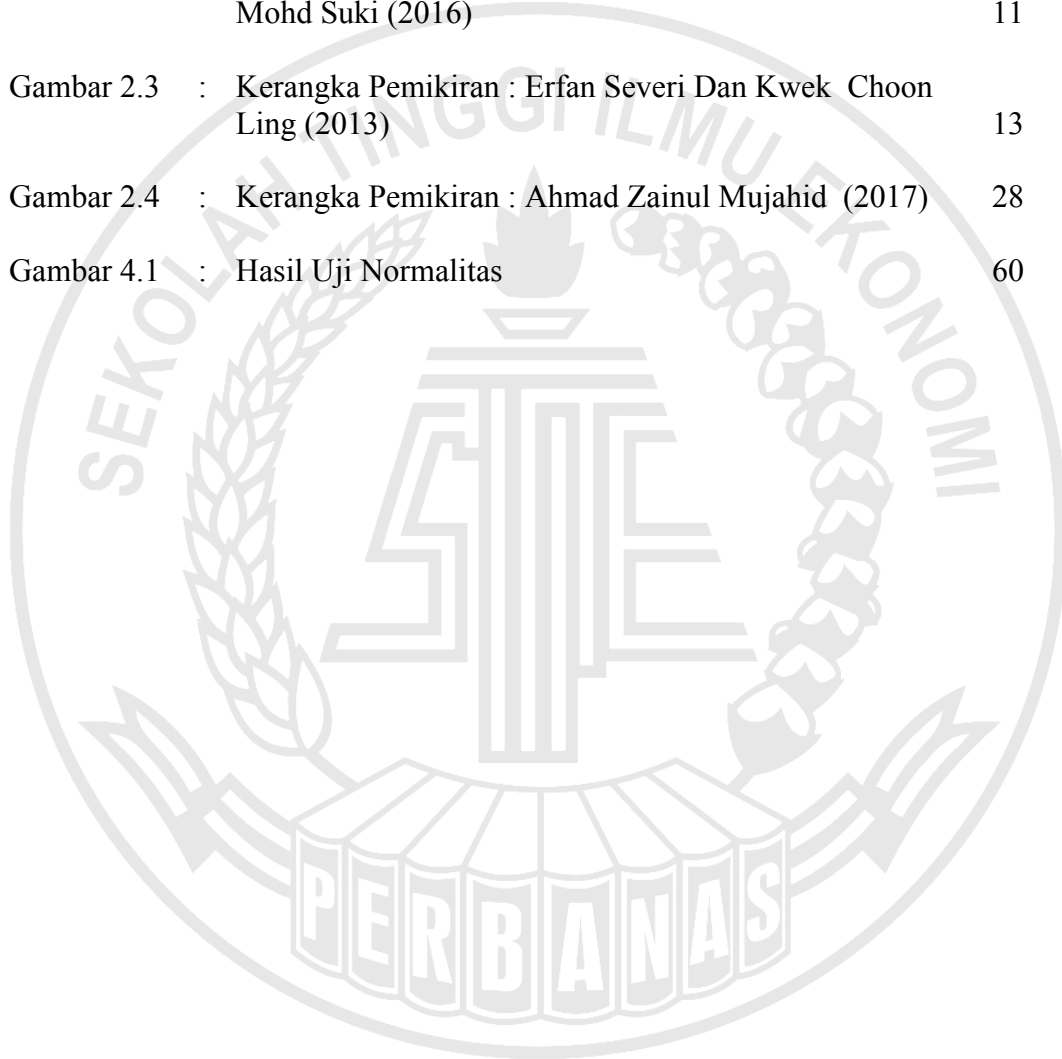
	Halaman
Tabel 1.1 : Data Penjualan Mobil Toyota Avanza di Indonesia Tahun 2015-2016	3
Tabel 2.1 : Perbandingan Antara Penelitian denan Penelitian Sekarang	15
Tabel 3.1 : Interval Kelas	35
Tabel 3.2 : Kisi-Kisi Kuesioner	38
Tabel 4.1 : Deskripsi Lokasi Responden	48
Tabel 4.2 : Deskripsi Kelamin Responden	48
Tabel 4.3 : Deskripsi Usia Responden	49
Tabel 4.4 : Deskripsi Pendidikan Responden	49
Tabel 4.5 : Deskripsi Pekerjaan Responden	50
Tabel 4.6 : Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Sampek Kecil	51
Tabel 4.7 : Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Sampek Besar	52
Tabel 4.8 : Uji Reliabilitas Sampel Kecil	53
Tabel 4.9 : Uji Reliabilitas Sampel Besar	53
Tabel 4.10 : Tabel Interval	55
Tabel 4.11 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kesadaran Merek	55
Tabel 4.12 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek	56
Tabel 4.13 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Asosiasi Merek	57
Tabel 4.14 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas Merek	58
Tabel 4.15 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Ekuitas Merek	59
Tabel 4.16 : Hasil Uji Normalitas	61

Tabel 4.17 : Hasil Uji Multikoleniritas	62
Tabel 4.18 : Cara pengambilan Keputusan Ada Tidaknya Autokolerasi	63
Tabel 4.19 : Hasil Uji Autokolerasi	64
Tabel 4.20 : Durbin Watson	64
Tabel 4.21 : Hasil Regresi Linear Berganda	65
Tabel 4.22 : Hasil Uji Simultan (Uji F)	67
Tabel 4.23 : Hasil Perhitungan Parial (Uji t)	68
Tabel 4.24 : Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )	70



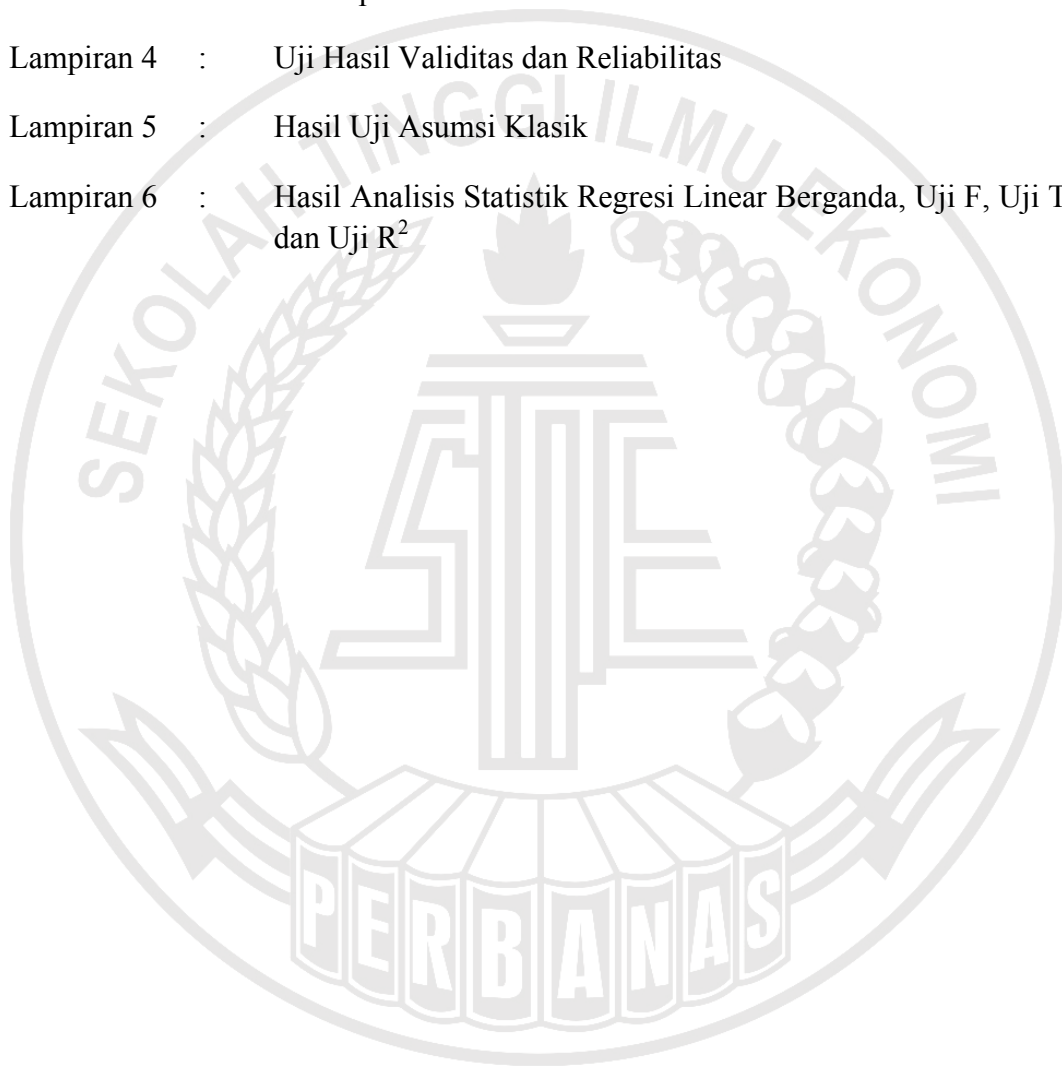
## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran : Abdullah Awad Alhdaddad (2015)	9
Gambar 2.2 : Kerangka Pemikiran : Jusmiati Sasmati dan Norazah Mohd Suki (2016)	11
Gambar 2.3 : Kerangka Pemikiran : Erfan Severi Dan Kwek Choon Ling (2013)	13
Gambar 2.4 : Kerangka Pemikiran : Ahmad Zainul Mujahid (2017)	28
Gambar 4.1 : Hasil Uji Normalitas	60



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Kriteria Data Responden
- Lampiran 3 : Uji Hasil Karakteristik Subjek Penelitian dan Analisis Deskriptif
- Lampiran 4 : Uji Hasil Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 5 : Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 6 : Hasil Analisis Statistik Regresi Linear Berganda, Uji F, Uji T dan Uji  $R^2$



**PENGARUH KESADARAN MEREK, CITRA MEREK,  
ASOSIASI MEREK DAN LOYALITAS MEREK  
TERHADAP EKUITAS MEREK PADA  
PRUDUK TOYOTA AVANZA  
DI SURBAYA**

Ahmad Zainul Mujahid  
STIE Perbanas Surabaya  
Email : Bor5466@gmail.com

**ABSTRAK**

Mobil merupakan alat transportasi di Indonesia yang sering digunakan oleh masyarakat, hal ini mengakibatkan terjadinya persaingan antar produk pada merek mobil semakin ketat sehingga perusahaan dituntut untuk berlomba dalam memasarkan produknya di Indonesia. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi konsumen agar loyal terhadap sebuah produk, diantaranya adalah kesadaran merek, citra merek, asosiasi merek dan loyalitas merek. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana faktor kesadaran merek, citra merek, asosiasi merek dan loyalitas merek dapat mempengaruhi ekuitas merek pada mobil Toyota Avanza. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa kuesioner dengan jumlah responden sebanyak 120 orang pemilik dan pengguna mobil Toyota Avanza di Surabaya. Hasil kuesioner akan dianalisis dengan menggunakan SPSS versi 20.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kesadaran merek, citra merek, asosiasi merek, loyalitas merek mempengaruhi ekuitas merek untuk mobil Toyota Avanza.

Kunci: Kesadaran Merek, Citra Merek, Asosiasi Merek, Loyalitas Merek



**THE EFFECT OF BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE,  
BRAND ASSOCIATION AND BRAND LOYALTY  
TOWARD BRAND EQUITY ON PRODUCTS  
TOYOTA AVANZA IN SURBAYA**

Ahmad Zainul Mujahid  
STIE Perbanas Surabaya  
Email : Bor5466@gmail.com

***ABSTRACT***

*Cars are a means of transportation in Indonesia that is often used by the community, this resulted in the competition between products on the car brand is getting tighter so the company is required to compete in marketing its products in Indonesia. There are several factors that can influence consumers to be loyal to a product, such as brand awareness, brand image, brand association and brand loyalty. This study aims to find out how the factor of brand awareness, brand image, brand association and brand loyalty can affect brand equity on Toyota Avanza cars. The sample used in this study is a questionnaire with the number of respondents as much as 120 people owners and users of Toyota Avanza cars in Surabaya. The results of the questionnaire will be analyzed using SPSS version 20.0. The results of this study show that brand awareness, brand image, brand association, brand loyalty influencing brand equity for Toyota Avanza.*

Keywords: *Brand Awareness, Brand Image, Brand Associations, Brand Loyalty*