

**PENGARUH DIMENSI EKUITAS MEREK TERHADAP LOYALITAS
MEREK DENGAN MEDIASI KEPUASAN KONSUMEN
THE HARVEST RESTORAN
DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Strata Satu
Jurusan Manajemen



Oleh :

INTAN NASRI
2011210086

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2015**

**PENGARUH DIMENSI EKUITAS MEREK TERHADAP LOYALITAS
MEREK DENGAN MEDIASI KEPUASAN KONSUMEN
THE HARVEST RESTORAN
DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Strata Satu
Jurusan Manajemen



Oleh :

INTAN NASRI
2011210086

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2015**

**PENGARUH DIMENSI EKUITAS MEREK TERHADAP LOYALITAS
MEREK DENGAN MEDIASI KEPUASAN KONSUMEN
THE HARVEST RESTORAN
DI SURABAYA**

Diajukan Oleh :

INTAN NASRI

NIM : 2011210086

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 15-4-2015



(Dra. Psi. Tjahjani Prawitowati, M.M)

SKRIPSI

PENGARUH DIMENSI EKUITAS MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK DENGAN MEDIASI KEPUASAN KONSUMEN THE HARVEST RESTORAN DI SURABAYA

Disusun Oleh :

INTAN NASRI
2011210086

Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
Pada tanggal 13 Februari 2015

Tim Penguji

Ketua : Emma Julianti, S.E M.M

Sekretaris: Dra. Psi. Tjahjani Prawitowati, M.M.

Anggota : Dra.Ec.Aniek Maschudah Ilfitria, M.Si



PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Intan Nasri
Tempat, Tanggal Lahir : Banda Neira, 13 Maret 1993
N.I.M : 2011210086
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Dimensi Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas
Merek Dengan Mediasi Kepuasan Konsumen The
Harvest Restoran Di Surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Sarjana Manajemen

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 15 April 2015

Tanggal : 15 April 2015



(Dr. Muazaroh, S.E., M.T.)



(Dra. Psi. Tjahjani Prawitowati, M.M)

M O T O

Life simply. Love generously. Speak truthfully. Breathe deeply. Do your best. Leave everything else to the powers above you !!!!

5 RULES TO LIVE A HAPPIER LIFE.....

♥ Love Your Self

☺ Do Good

☀ Always Forgive

* Harm One

♪ Be Positive

P E R S E M B A H A N

Skripsi ini saya persembahkan untuk-untuk orang yang sangat berarti dalam hidup saya yang selalu mendukung dan membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang senantiasa memberikan anugerah yang berharga berupa kesehatan, kekuatan, ilmu yang bermanfaat, kemudahan serta kelancaran sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini.

Terimakasih kepada semua yang telah memberikan inspirasi dan motifasi sehingga tersusunlah skripsi ini.

1. Pertama-tama saya ingin berterima kasih yang sedalam-dalamnya kepada Mama Papa yang selalu ada pada saat Up dan Down-nya seorang intan nasri, yang selalu memberikan doa dan support yang begitu luar biasa tidak pernah berhenti, yang selalu mengatakan “jaga kesehatan, sesibuk apapun jangan lupa makan dan istirahat“ Je T'aime ma parents, to the moon and back.

2. Merciii Merciii...mercii buku buat abang Boy, ka Dita dan si tengik bocah kembar Bagus & Bagas Nasri yang selama ini selalu kasih semangat buat nyelesain skripsi ini walaupun dengan bentuk support yang seperti menjatuhkan hehe yang selalu nge-“remehin” intan mana mungkin bisa, dia kan cepat capek mudah lelah!! But i know, itu Cuma pembangkit semangat yang luar biasa yang kalian berikan kepada intan. you guys ma everything...Love ya kalian adalah kakak-kakak dan adik-adik terhebat.
3. Om tante kakek nenek sepupu Dan semua kerabat keluarga makasi buat dukungan dan doa.nya.
4. Terima kasih juga kepada para sahabat, temen dan mungkin musuh haha...teman seperjuangan yang sama-sama berjuang dari awal sampe akhir Greffy Jati Ayu W, Riries Ariesta, Rayantri Aulia V, Cici Eka, Mega Chandrarini.
5. Buat kawan-kawan di Kampus Ijo yang penuh kenangan? Terima kasih untuk semua bantuan yang dengan suka rela mau membantu mengisi Kuesioner penelitian saya.

Untuk para pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan dan dukungan

selama perkuliahan berlangsung hingga tersusunlah skripsi ini.

Banyak yang ingin saya utarakan tapi apadaya Cuma ini saja yang bisa saya tulis. And its time to me introduce ma self, yes its me..Intan Nasri S.E mepersembahkan persembahan skripsi ini untuk kalian semua I LOVE YOU.

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas rahmat dan anugerah yang diberikan Allah SWT akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Dimensi Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Merek Dengan Mediasi Kepuasan Konsumen The Harvest Restoran Di Surabaya”. Skripsi ini disusun guna memenuhi syarat dalam memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Konsentrasi Pemasaran di STIE Perbanas Surabaya.

Perkenankanlah penulis menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada pihak yang telah mendukung dan membantu penulis selama menjalani perkuliahan dan penyelesaian skripsi ini, yaitu :

1. Dra.Psi. Tjahjani Prawitowati, M.M, selaku dosen pembimbing yang berperan banyak atas selesainya penulisan skripsi ini karena banyak meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan bimbingan, sehingga skripsi dapat terselesaikan dengan baik.
2. Bapak Lutfi, SE, M.Fin selaku Ketua STIE Perbanas Surabaya.
3. Bapak Drs.Ec. Herizon, M.Si. selaku dosen wali yang selalu mengarahkan dan membantu selama proses studi.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan dan penulis mengucapkan mohon maaf yang sebesar-besarnya jikalau selama ini ada kesalahan yang penulis lakukan terutama pada saat pembuatan skripsi ini.

Surabaya, Januari 2015

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Peneliti Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori.....	14
2.3 Hubungan Antar Konsep	19
2.4 Kerangka Pemikiran	27
2.5 Hipotesis Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Rancangan Penelitian.....	29
3.2 Batasan Penelitian	30
3.3 Identifikasi Variabel	30
3.4 Definisi Operasional	31
3.5 Instrumen Penelitian	34
3.6 Populasi Sampel, Dan Teknik Pengambilan Sampel	36
3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data	38
3.8 Uji Validitas dan Reabilitas	39
3.9 Teknik Analisis Data	40
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	50
4.1 Gambaran Subyek Penelitian	50
4.2 Analisis Data	53
4.3 Pembahasan.....	80
BAB V PENUTUP	86
5.1 Kesimpulan	86
5.2 Keterbatasan penelitian.....	87
5.3 Saran	87
DAFTAR RUJUKAN	

DAFTAR TABEL

DAFTAR TABEL

TABEL 2.1	Persamaan Dan Perbedaan Penelitian Terdahulu	13
TABEL 3.1	Kisi – Kisi Kuesioner	35
TABEL 3.2	Goodness Of Indices	49
TABEL 4.1	Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	50
TABEL 4.2	Karakteristik Responden Menurut Pembelian Produk	51
TABEL 4.3	Karakteristik Responden Menurut Umur	51
TABEL 4.4	Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan	52
TABEL 4.5	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Fisik (X ₁)	54
TABEL 4.6	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Perilaku Staf(X ₂)	55
TABEL 4.7	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kesamaan Diri Ideal (X ₃)	56
TABEL 4.8	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Identifikasi Merek (X ₄)	57
TABEL 4.9	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kesamaan Gaya Hidup (X ₅)	58
TABEL 4.10	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen (Z)	59
TABEL 4.11	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas Merek (Y)	60
TABEL 4.12	Uji Validitas Sampel Besar	64
TABEL 4.13	Hasil Uji <i>Construct Reliability</i> Dan <i>Variance Extracted</i>	65
TABEL 4.14	Assessment Of Normality	67
TABEL 4.15	Table Deskripsi Z-Score	68
TABEL 4.16	Mahalanobis <i>Distance</i>	70
TABEL 4.17	Mahalanobis <i>Distance</i> (Residual)	70
TABEL 4.18	Evaluasi Kriteria <i>Goodness Of Fit Indices</i>	72
TABEL 4.19	Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung	76
TABEL 4.20	Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Tak Langsung	79

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
DAFTAR GAMBAR	
Gambar 2.1 Kerangka pemikiran oleh J.Nam et al./Annals of Tourism Research	11
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran oleh HsinKuang Chi et.al	12
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	27
Gambar 3.1 Permodelan Amos	42
Gambar 4.1 Uji <i>Convergent Validity</i> Kualitas Fisik (X1)	61
Gambar 4.2 Uji <i>Convergent Validity</i> Perilaku Staf (X2)	61
Gambar 4.3 Uji <i>Convergent Validity</i> Kesamaan Diri (X3)	62
Gambar 4.4 Uji <i>Convergent Validity</i> Identitas Merek (X4)	62
Gambar 4.5 Uji <i>Convergent Validity</i> Kesamaan Gaya Hidup (X5)	63
Gambar 4.6 Uji <i>Convergent Validity</i> Kepuasan Konsumen (Z)	63
Gambar 4.7 Uji <i>Convergent Validity</i> Loyalitas Merek (Y)	64
Gambar 4.8 Measurment Model	72

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Data tanggapan responden
- Lampiran 3 Output *Statistics* Karakteristik Responden
- Lampiran 4 Frequency Table
- Lampiran 5 Output *Statistics* Tanggapan Responden
- Lampiran 6 Uji Validitas
- Lampiran 7 Uji Construct Reliability & Variance Extracted
- Lampiran 8 Uji Normalitas
- Lampiran 9 Evaluasi Outlier
- Lampiran 10 Multivariate Outlier
- Lampiran 11 Model SEM AMOS
- Lampiran 12 Model Fit Summary
- Lampiran 13 Pengaruh Langsung
- Lampiran 14 Pengaruh Tak Langsung

**The Influence of The Brand Equity Dimention On Brand Loyalty With
The Mediation Of Consumer Satisfaction In
The Harvest Restaurants, Surabaya**

Intan Nasri
STIE Perbanas Surabaya
Email: intannasri@gmail.com

ABSTRACT

Phenomenon faced by The Harvest Restaurant is a change in lifestyle and a more modern consumer tastes that make the restaurant as one of the interesting place to meet both the business and non-business world and talk about modern restaurant or cafe. The purpose of this study was to determine the physical, behavioral staff, ideal self similarity, brand identification, and lifestyle, similarities positive towards customer satisfaction The Harvest Restaurant Surabaya. Customer satisfaction has positive influence toward consumer brand loyalty The Harvest Restaurant Surabaya and customer satisfaction mediates the influence dimensions of brand equity toward brand loyalty of consumers The Harvest Restaurant Surabaya. This research design is a descriptive quantitative research. The population in this study is that consumers The Harvest Restaurant Surabaya 105 samples using a non-probability tehniqe sampling. Data were analyzed using SEM analysis. The conclusions obtained in this study indicate that the physical qualities, staff behavior, ideal self similarity, brand identification, and lifestyle similarities influence significant and positive toward customer satisfaction and customer satisfaction positive influence toward brand loyalty and brand equity dimensions have indirect influence toward brand loyalty through customer satisfaction.

Keywords: Brand Equity, Customer Satisfaction, Brand Loyalty