



**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP LOYALITAS  
KONSUMEN PADA PRODUK SARI AYU MARTHA TILAAH  
DI JEMBER**

**SKRIPSI**

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)  
dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Oleh:  
Laraswati Nurlaeli  
NIM. 13.10.411.114

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
2017**

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul: Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Sari Ayu Martha Tilaar Di Jember, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Senin

Tanggal : 17 Juli 2017

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Dr. Nurul Qomariah, MM  
NPK.06 03 426

Anggota 1,

Dra. Retno Endah S, MM  
NPK. 95 10 256

Anggota 2,

A. Fahrur Rosi, SE, MM  
NPK. 19900201.1.1703798

Mengesahkan:

Dekan,

Dr. Arik Susbiyani, SE, M.Si  
NPK. 01 09 289

Ketua Jurusan,

Drs. Anwar, M.Sc  
NPK. 85 03 125

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikumwarahmatullahiwabarakatuh.

Alhamdulillahirabbilalamin, banyak nikmat yang Allah berikan, tetapi sedikit sekali yang kita ingat. Segala puji hanya layak untuk Allah Tuhan seru sekalian alam atas segala berkah, rahmat, taufik, serta hidayah-Nya yang tiada terkira besarnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Sari Ayu Martha Tilaar Di Jember”.

Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunannya, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Arik Susbiyani, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
2. Bapak Drs. Anwar, M.Sc, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
3. Ibu Dosen Dra. Retno ES, MM selaku dosen pembimbing I dan Bapak Fahrur Rosi SE, MM selaku dosen pembimbing II yang telah dengan sabar membantu dan membimbing saya dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Dosen Dr. Nurul Qomariah, MM selaku dosen penguji yang telah membantu dan memberi masukan sehingga skripsi ini menjadi lebih baik
5. Seluruh Staf Pengajar/dosenFakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepadapenulis, khususnya Staf Pengajar Jurusan Manajemen.

6. Kedua orang tuatercinta, untuk semua cinta yang mengagumkan, doa, integritas, dukungan, dan perhatiannya yang tidak terbatas. Terimakasih untuk segalanya, baru ini yang bisa saya persembahkan, semoga menjadi awal yang baik.
7. Saudara-saudaraku, atas dukungan dan doanya, semoga kalian sukses dalam menjalani hidup.
8. Sahabat-sahabatkuku yang luar biasa sabar selalu memotivasi dan membantuku
9. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen angkatan 2013 yang telah memberikan semangat dan dukungan.
10. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan semua namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bisa memberikan sedikit kebahagiaan dan menuntun pada langkah yang lebih baik lagi. Meskipun penulis berharap isi dari skripsi ini bebas dari kekurangan dan kesalahan, namun selalu ada yang kurang. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat lebih baik lagi. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca.

Jember, 17 Juli 2017

Penyusun

**Laraswati Nurlaeli**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PEMBIMINGAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACK.....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GRAFIK .....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xviii</b>

Halaman

### **BAB 1. PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	10

### **BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA..... 12**

2.1 Tinjauan Teori.....	12
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	12
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	13
2.1.3 Merek .....	15
2.1.3.1. Pengertian Merek .....	15
2.1.3.2. Strategi Pemberian Merek.....	16
2.1.4 Brand Equity (ekuitas Merek).....	18
2.1.3.1. Pengertian Ekuitas Merek .....	18

2.1.3.2.	Dimensi Elemen Ekuitas Merek.....	20
2.1.3.3.	Peranan Ekuitas Merek.....	27
2.1.5	Loyalitas Konsumen .....	28
2.2	Tinjauan Empirik .....	30
2.3	Kerangka Konseptual .....	31
2.4	Hipotesis .....	32
<b>BAB 3.</b>	<b>METEDOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
3.1	Identifikasi Variabel.....	34
3.1.1	Variabel Dependen .....	34
3.1.2	Variabel Independen.....	34
3.2	Definisi Operasional Variabel.....	34
3.3	Desain atau Pendekatan Penelitian.....	37
3.4	Jenis Data .....	37
3.4.1	Data Sekunder.....	38
3.4.2	Data Primer.....	38
3.5	Populasi dan sampel.....	38
3.5.1	Populasi.....	35
3.5.2	Sampel .....	36
3.5.3	Teknik Pengambilan sampel.....	39
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.6.1.	Observasi .....	40
3.6.2.	Wawancara .....	40
3.6.3.	Kuesioner .....	40
3.6.4.	Skala Pengukuran .....	41
3.7	Metode Analisis Data.....	41
3.7.1.	Analisis Kuantitatif.....	41
3.7.2.	Analisis Kualitatif.....	39
3.8	Metode Analisis Kuantitatif.....	39
3.8.1	Uji Validitas.....	42
3.8.2	Uji Reliabilitas .....	43
3.8.3	Analisis Regresi Linier Berganda .....	43

3.8.4 Uji Asumsi Klasik.....	44
3.8.5 Uji Hipotesis .....	45
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>47</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	47
4.1.1 Sejarah Singkat Sari Ayu Martha Tilaar.....	47
4.1.2 Sejarah Singkat Distributor SA di Jember.....	48
4.1.3 Struktur Organisasi SAI.....	49
4.2 Gambaran Umum Responden .....	51
4.2.1 Deskripsi Statistik Responden .....	51
4.3 Hasil dan Pembahasan.....	53
4.3.1 Uji Validitas.....	53
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	55
4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda .....	56
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	58
4.4.1 Uji Normalitas.....	58
4.4.2 Uji Multikolonorieritas .....	59
4.4.3 Uji Heterokedasitas.....	59
4.5 Uji Hipotesis.....	60
4.5.1 Uji Statistik F.....	60
4.5.2 Uji t.....	61
4.5.3 Uji Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	63
4.6 Pembahasan.....	63
<b>BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>67</b>
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran.....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>69</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>70</b>

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- LAMPIRAN I : Pengantar Kuesioner
- LAMPIRAN II : Petunjuk Pengisian Kuesioner
- LAMPIRAN III : Kuesioner Penelitian
- LAMPIRAN IV : Rekapitulasi Kuesioner
- LAMPIRAN V : Frekuensi Pernyataan Responden
- LAMPIRAN VI : Uji Validitas
- LAMPIRAN VII : Uji Reliabilitas
- LAMPIRAN VIII : Uji Regresi Linier Berganda, Uji Asumsi Klasik, dan Uji Hipotesis
- LAMPIRAN IX : Tabel r Product Moment, Tabel Distribusi t, Tabel f
- LAMPIRAN X : Dokumentasi

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. A. 1997. **Manajemen Ekuitas Merek**. Mitra Utama, Jakarta.
- Aaker, David. A. 2006. *Managing Brand Equity : Capitalizing on The Value of A Brand Name*, Terjemahan : Aris Ananda, Cetakan Pertama, Mitra Utama, Jakarta
- Cahyaningrum, Francisca Eka. 2007. **Pengaruh Persepsi Tentang Kualitas, Harga, Dan Merek Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi kasus pelanggan produk kosmetik Sari Ayu)**. Laporan penelitian tidak dipublikasikan. Universitas Sanata Yogyakarta
- Cravens, David W. 1996. **Pemasaran strategis**. Edisi Keempat, Jilid 2, Terjemahan, Lina Salim, M.B.A, Erlangga, Jakarta.
- Citranuari, Sekar Jingga. 2015. **Pengaruh Kepercayaan Merek, Kesadaran Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Ulang**. Laporan penelitian tidak dipublikasikan. Universitas Negeri Yogyakarta
- Dewi, Nila Kasuma, Gus Andri, Sepris Yonaldi. **Pengaruh Iklan, Citra Merek, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Menggunakan Vaseline Hand And Body Lotion Di Kota Padang**. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol.3, No.2, Mei 2012. ISSN: 2086-5031 Fakultas Ekonomi. Universitas Tamansiswa Padang
- Durianto, Darmadi. 2001. **Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Brand Equity dan Perilaku Merek**. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Durianto, Darmadi. 2004. **Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Brand Equity dan Perilaku Merek**. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Elviyanti, Ria. 2013. **Pengaruh Brand Association Dan Perceived Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Biore Body Foam Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang**. Laporan penelitian tidak dipublikasikan. Universitas Negeri Padang
- Ferdinand, Augusty. 2006. **Metode Penelitian Manajemen**. Edisi Pertama. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Ferrinadewi, Erna. 2008. **Merek & Psikologi Konsumen**. Edisi Pertama, Jilid 1, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. 2011. **Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS**. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Jakarta.

- Griffin, Jill. 2003. **Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan**. Terjemahan, Dr. Dwi Kartini Yahya, PT, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Hasan, Ali. 2008. **Marketing**. Edisi Pertama, MedPress, Yogyakarta.
- Iilmiyati, Insani. 2010. **Pengaruh Kepercayaan Merek (Brand Trust) Dan Kesadaran Merek (Brand Awareness) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) Pada Produk Pond's**. Laporan penelitian tidak dipublikasikan. Universitas Gunadarma
- Kotler, Philip. 1987. **Marketing**. Edisi Pertama, Jilid 1, Erlangga, Jakarta
- Kotler, Philip, dan K.L. 2007. **Manajemen Pemasaran**, Edisi Keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip, dan K.L. 2009. **Manajemen Pemasaran**. Edisi Ketigabelas, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajad. 2009. **Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi**. Erlangga. Jakarta.
- Mariam, Siti, Mohammad Hufron, M. Khorul ABS. 2015. **Pengaruh Asosiasi Merek Berdasarkan Fungsi Merek Produk Hand and Body Lotion Vaseline Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Dinoyo Malang**. Jurnal Fakultas Ekonomi Warta ekonomi vol. 04 no. 01 juni 2015 hal 83-91 Universitas Islam Indonesia
- Mentari, Anike. 2015. **Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Hand and Body Lotion Citra Studi Kasus Pengunjung Carrefour Di Palembang Square**). Laporan penelitian tidak dipublikasikan Universitas Sriwijaya
- Rangkuti, Freddy. 2004. **The Power of Brands: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek**. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. 2010. **The Power Of Brands**. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono, 2012. **Statistika untuk Penelitian**. Cetakan ke dua puluh satu. Bandung : Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2003. **Perilaku Konsumen: Teori Penerapannya Dalam Pemasaran**. Edisi Pertama, Ghalia Indonesia, Jakarta.

Susanto, A.B. Himalwan Wijanarko. 2004. **Power Banding, Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya.** Miza. Jakarta.

Tjiptono, F. 2005.**Pemasaran Jasa.**Edisi Pertama, Banyumedia Publishing, Malang

Umar, Husein. 2001. **Metode Riset Bisnis.** PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Widjaja, Jenu Tanjung. 2004. **Marketing Management: Pendekatan Pada Nilai-Nilai Pelanggan,** Edisi Kedua, Banyumedia Publishing, Malang.

Usmara, Usi. 2008. **Pemikiran Kreatif Pemasaran dan Perilaku Konsumen,** Edisi Ketiga, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

[www.suara.com/bisnis/](http://www.suara.com/bisnis/)

[www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com)

[http://swa.co.id/swa/trends/marketing/strategi-branding-sariayu-martha-tilaar-dalam-film-wonderful-life.](http://swa.co.id/swa/trends/marketing/strategi-branding-sariayu-martha-tilaar-dalam-film-wonderful-life)