

PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN SMARTPHONE OPPO PADA MASYARAKAT  
KOTA MADIUN



NAMA: ZULFIKAR DION FATAH

NIM: 51417051

PROGRAM STUDI MANAJEMEN (KAMPUS KOTA MADIUN)

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

2022

**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN SMARTPHONE OPPO PADA  
MASYARAKAT KOTA MADIUN**

**SKRIPSI**

**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata I**



**Oleh :**

**ZULFIKAR DION FATAH**

**NRP : 514170**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN (KAMPUS KOTA MADIUN)**

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA**

**2022**

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN  
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun:

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Zulfikar Dion Fatah

NIM : 51417051

Judul Skripsi : Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Loyalitas Pelanggan smarphone Oppo pada masyarakat Kota Madiun

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Madiun, 9 Juni 2022

Yang menyatakan,



(Zulfikar Dion Fatah)

# HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
SMARTPHONE OPPO PADA MASYARAKAT DI KOTA MADIUN

Oleh :

ZULFIKAR DION FATAH  
51417051

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik  
Untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Dosen Pembimbing



Dra. Dyah Kurniawati, M.Si

NIDN. 0713126601

Tanggal : 24 Juni 2022

**HALAMAN PENGESAHAN**

**Skripsi yang ditulis oleh: Zulfikar Dion Fatah (NRP: 51417051)**  
Telah diuji pada tanggal 15 Juni 2022 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji:



Vivi Ariyani, S.E., M.Sc  
NIDN. 0717128001

Mengetahui:

Dekan,



  
Lovavicus Lasdi MM, AK, CA., CPA

NIDN. 0713097203

Ketua Program Studi,



  
Dita Dyan Kurniawati, M.Si

NIDN. 0713126601

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan karunia – Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan penelitian skripsi yang berjudul “Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Loyalitas Pelanggan smartphone Oppo pada masyarakat Kota Madiun”. Penelitian skripsi ini disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat untuk menempuh studi pada program studi manajemen, fakultas bisnis, Universitas Katolik Widya Mandala Suarabaya (kampus Kota Madiun).

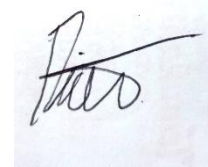
Dalam penyusunan penulisan skripsi ini tentunya tidak terlepas mendapatkan dukungan doa, bimbingan yang senantiasa diberikan dari beberapa pihak, sehingga pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT, atas berkat dan karunia – Nya saya dapat menulis dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik tanpa halangan yang berarti.
2. Ayah, Ibu, dan keluarga besar yang selalu memberikan dukungan, doa, semangat dan motivasi selama kuliah dan Menyusun skripsi.
3. Ibu Dra, Dyah Kurniawati, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, dukungan dan pengarahan selama proses penyusunan skripsi kepada saya, sehingga skripsi ini dapat berjalan dengan baik.
4. Ibu Wahyu Prabawati Putri H, S.T., M.M. selaku dosen wali studi, yang telah membimbing, mendidik, dan selalu memberikan nasihat selama perkuliahan.
5. Seluruh dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya kampus Kota Madiun yang pernah mengajar, mendidik dan membimbing saya selama perkuliahan.

6. Teman – Teman Manajemen selama menempuh kuliah di Widya Mandala, terimakasih sudah menjadi kawan, tempat bertukar pikiran, serta dukungan dan motivasi yang diberikan.
7. Dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terimakasih atas doa, dukungan dan semangatnya.

Akhir kata penulis menyadari bahwa penulisan penyusunan skripsi ini tidak terhindar dari berbagai kekurangan dan kelemahan, sehingga penulis mengharapkan bagi penelitian selanjutnya untuk dapat menyempurnakan kekurangan dalam skripsi ini dalam penelitian selanjutnya.

Madiun, 26 Juni 2022



Zulfikar Dion Fatah

## DAFTAR ISI

COVER SKRIPSI.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	6
2.2 Penelitian Terdahulu.....	14
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	16
2.4 Model Penelitian.....	18



### BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian.....	20
3.2 Identifikasi, Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	20
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	23
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	24
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Penyampelan.....	24
3.6 Analisis Data.....	25

### BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	31
4.2 Deskripsi Responden .....	31
4.3 Deskripsi Data.....	33
4.4 Hasil Analisis Data.....	37
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	39
4.6 Regresi Linier Berganda.....	41
4.7 Uji Hipotesis.....	43
4.8 Uji Koefisien Determinasi.....	46
4.9 Pembahasan.....	46

### BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	50
5.2 Keterbatasan.....	50
5.3 Saran.....	50

DAFTAR PUSTAKA.....	52
---------------------	----

LAMPIRAN.....	54
---------------	----

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu dan Sekarang.....	15
Tabel 3.1 Tabel Indikator dan item pengukuran Kesadaran Merek.....	21
Tabel 3.2 Tabel Indikator dan item pengukuran Asosiasi Merek.....	21
Tabel 3.3 Tabel Indikator dan item pengukuran Persepsi Kualitas.....	22
Tabel 3.4 Tabel Indikator dan item pengukuran Loyalitas Merek.....	22
Tabel 3.5 Tabel Indikator dan item pengukuran Loyalitas Pelanggan.....	23
Tabel 3.6 Tabel Interval Penelitian.....	26
Tabel 4.1 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	31
Tabel 4.2 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	32
Tabel 4.3 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	32
Tabel 4.4 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	33
Tabel 4.5 Tabel Statistik Deskriptif Variabel Kesadaran Merek.....	34
Tabel 4.6 Tabel Statistik Deskriptif Variabel Asosiasi Merek.....	35
Tabel 4.7 Tabel Statistik Deskriptif Variabel Kesan Kualitas.....	35
Tabel 4.8 Tabel Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Merek.....	36
Tabel 4.9 Tabel Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan.....	37
Tabel 4.10 Tabel Rangkuman Uji Validitas dan Reabilitas.....	38
Tabel 4.11 Tabel Rangkuman Uji Heterokedastisitas.....	40
Tabel 4.12 Tabel Rangkuman Uji Multikoloneritas.....	40
Tabel 4.13 Tabel Rangkuman Regresi Berganda.....	41

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Gambar Kerangka Konseptual.....	18
Gambar 3.1 Gambar Kurva Uji Simultan Daerah penerimaan dan penolakan....	29
Gambar 3.2 Gambar Kurva Daerah penerimaan dan penolakan.....	29
Gambar 4.1 Gambar normal P-P.....	39
Gambar 4.2 Gambar daerah penerimaan dan penolakan.....	44
Gambar 4.3 Gambar daerah penerimaan dan penolakan.....	44
Gambar 4.4 Gambar daerah penerimaan dan penolakan.....	45
Gambar 4.5 Gambar daerah penerimaan dan penolakan.....	45
Gambar 4.6 Gambar daerah penerimaan dan penolakan .....	46

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	54
Lampiran 2 Dekripsi Data.....	55
Lampiran 3 Uji r Hitung dan t Hitung.....	61
Lampiran 4 Uji Deskripsi Data.....	62
Lampiran 5 Uji Validitas.....	63
Lampiran 6 Uji Reabilitas.....	68
Lampiran 7 Uji Asumsi Klasik.....	69
Lampiran 8 Uji Regresi Linier Berganda.....	70
Lampiran 9 Uji Koenfisien Determinasi.....	70
Lampiran 10 Uji t.....	71
Lampiran 11 Uji Frekuensi.....	71

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh signifikan positif antara variabel ekuitas merek yang terdiri dari kesadaran merek, asosiasi merek, kesan kualitas, loyalitas merek terhadap loyalitas pelanggan smartphone Oppo pada masyarakat Kota Madiun. Populasi di dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Madiun yang menggunakan smartphone Oppo dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Teknik penyampelan yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik *non probability sampling* yang tidak menggunakan semua populasi untuk dijadikan responden. Hasil dari penelitian ini adalah elemen ekuitas merek berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas pelanggan *smartphone* Oppo pada masyarakat Kota Madiun sebesar 76,1 % sedang sisanya sebanyak 23,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kata kunci : ekuitas merek, kesadaran merek, asosiasi merek, kesan kualitas, loyalitas merek, loyalitas pelanggan

*This study aims to examines the significant positive effect between brand equity variables consisting of brand awareness, brand associations, perceived quality, brand loyalty on Oppo smartphone costumer loyalty in the people of Madiun City. The population in this study is the people of Madiun City who use Oppo smartphone with a total sample of 100 people. The sampling technique used in this study is a non probability sampling technique that not use all of the population as responden. The results of this study are that the element of brand equity has a significant positive effect on costumer loyalty of Oppo smartphone in the people of Madiun City by 76,1% while the remaining 23,9% is influenced by other variables not discused in this study.*

*Keywords : brand awreness, brand associations, perceived quality, brand loyalty, costumer loyalty*