



**ANALISIS PENGARUH EKUITAS MEREK (*BRAND EQUITY*)  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PRODUK SUSU ZEE  
(STUDI PADA LUWES SWALAYAN PATI)**

Oleh :

**DEWI ZULIANI**

**NIM. 2013-11-280**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2017**



**ANALISIS PENGARUH EKUITAS MEREK (*BRAND EQUITY*)  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PRODUK SUSU ZEE  
(STUDI PADA LUWES SWALAYAN PATI)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan  
Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Muria Kudus

Oleh :

**DEWI ZULIANI**

**NIM. 2013-11-280**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2017**

**ANALISIS PENGARUH EKUITAS MEREK (*BRAND EQUITY*)  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PRODUK SUSU ZEE  
(STUDI PADA LUWES SWALAYAN PATI)**

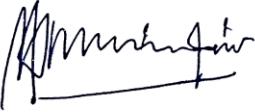
Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi  
Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

Kudus, ..... 2017

Mengetahui  
Ketua ProgDi

  
Agung Subono, SE, M.Si.  
NIDN. 0520017602

Pembimbing I

  
Dra. Hj. Panca Winahyuningsih, MM.  
NIDN. 0608086402

Mengetahui  
Dekan,

  
(Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM.)  
NIDN. 0618066201

Pembimbing II

  
Dian Wismar'ein, SE, MM.  
NIDN. 0612127702

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **Motto :**

*“Allah cinta kepada orang-orang yang berserah diri.”*

*(Q.S. Alî Imran ayat 152)*

*“Shalat itu adalah tiang agama, shalat itu adalah kunci segala kebaikan”.*

*(H.R. Tablani)*

*“Surga itu dibawah telapak kaki ibu”.*

*(H.R. Ahmad)*

### **Kupersembahkan kepada :**

1. Bapak ibu yang sangat ku kagumi, hormati dan sayangi selalu.
2. Saudara-saudaraku tercinta yang telah memberikan banyak dukungan.
3. Sahabat seperjuanganku semuanya.
4. Almamater kebanggaanku.

## KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Ekuitas Merek (*Brand Equity*) Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Susu Zee (Studi Pada Luwes Swalayan Pati)”. Adapun maksud penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus. Selama penulisan skripsi ini tentunya penulis mendapat banyak bantuan dari berbagai pihak yang telah mendukung dan membimbing penulis. Kasih yang tulus serta penghargaan yang setinggi-tingginya kepada :

1. Bapak Dr. H. Mohammad Edris, Drs. MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.
2. Bapak Agung Subono, SE, M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.
3. Ibu Dra. Hj. Panca Winahyuningsih, MM., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan pengarahananya dalam penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Dian Wismar’ein, SE. MM., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahananya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Segenap dosen pengajar dan karyawan di Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus atas bimbingan, bantuan pelayanan dan kerjasamanya.

6. Seluruh responden yaitu konsumen yang membeli produk Susu Zee di Luwes Swalayan Pati yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk mengisi angket yang penulis berikan.
7. Kedua orang tua dan saudara-saudaraku yang telah memberikan do'a dan restu serta dorongan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah SWT melimpahkan karunianya dalam setiap amal kebaikan kita dan diberikan balasan. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa hasil penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, namun penulis telah berusaha dengan segenap pikiran dan kemampuan agar dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada semua pihak dan menjadi referensi guna penelitian selanjutnya.

Kudus,  
Penulis

2017

**DEWI ZULIANI**  
**NIM. 2013-11-280**

## **ABSTRAKSI**

### **ANALISIS PENGARUH EKUITAS MEREK (*BRAND EQUITY*) TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PRODUK SUSU ZEE (STUDI PADA LUWES SWALAYAN PATI)**

**DEWI ZULLIANI  
NIM. 2013-11-280**

Dosen Pembimbing : 1. Dra. Hj. Panca Winahyuningsih, MM.  
2. Dian Wismar'ein, SE. MM.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh ekuitas merek (*brand equity*) terhadap kepuasan konsumen produk susu Zee (studi pada Luwes Swalayan Pati). Dimana diajukan empat variabel bebas dan satu variabel terikat, yaitu kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas dan loyalitas merek sebagai variabel bebas dan kepuasan konsumen sebagai variabel terikat.

Penelitian ini dilakukan dengan metode survei terhadap konsumen produk susu Zee (studi pada Luwes Swalayan Pati) dan dianalisis dengan regresi. Tahap pertama menguji validitas dan reliabilitas pertanyaan setiap variabel. Tahap kedua, meregresi kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas dan loyalitas merek terhadap kepuasan konsumen produk susu Zee (studi pada Luwes Swalayan Pati).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas dan loyalitas merek berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen produk susu Zee (studi pada Luwes Swalayan Pati). Perusahaan agar lebih memberikan ciri khas yang lebih unik dan menarik untuk produk susu Zee agar dapat membedakan dengan kompetitor dan mempertahankan kandungan manfaat yang ada di produk susu Zee.

**Kata kunci:** **kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, loyalitas merek dan kepuasan konsumen**

## **ABSTRACT**

### **BRAND EQUITY EFFECT ANALYSIS TO CUSTOMER SATISFACTION OF ZEE MILK PRODUCT (STUDY AT LUWES SUPERMARKET PATI)**

**DEWI ZULIANI  
NIM. 2013-11-280**

*Guidance Lecturer* : 1. Dra. Hj. Panca Winahyuningsih, MM.  
2. Dian Wismar'ein, SE. MM.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
ECONOMIC DEPARTMENT OF MANAGEMENT PROGRAM**

*This study aims to brand equity effect analysis to customer satisfaction of Zee milk product at Luwes Supermarket Pati. Where is proposed four independent variables and one dependent variable, that is brand awareness, brand associations, quality perceptions and brand loyalty as independent variable and customer satisfaction as dependent variable.*

*This research was conducted by survey method to consumer of Zee milk product at Luwes Supermarket Pati and analyzed by regression. The first phase tested the validity and reliability questions for each variable. The second phase, regressed brand awareness, brand associations, quality perceptions and brand loyalty customer satisfaction in Luwes Supermarket Pati.*

*The results showed that brand awareness, brand associations, quality perceptions and brand loyalty customer have a significant positive effect on customer satisfaction of Zee milk product at Luwes Supermarket Pati. Company to give more unique and interesting features for Zee milk products in order to differentiate with competitors and maintain the benefits of existing in milk products Zee.*

**Keywords:** *brand awareness, brand associations, quality perceptions, brand loyalty and customer satisfaction.*

## D A F T A R I S I

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAKSI .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Ruang Lingkup .....	5
1.3. Rumusan Masalah .....	5
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	8
2.1. Kepuasan Konsumen.....	8
2.2. Pengertian Merek .....	11
2.3. Pengertian Ekuitas Merek .....	12
2.4. Elemen-elemen Ekuitas Merek .....	14
2.5. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Kepuasan Konsumen ..	25

2.6. Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	26
2.7. Kerangka Pemikiran Teoritis .....	29
2.8. Hipotesis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1. Rancangan Penelitian .....	31
3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	31
3.3. Jenis dan Sumber Data .....	34
3.4. Populasi dan Sampel.....	34
3.5. Metode Pengumpulan Data .....	36
3.6. Uji Instrumen.....	37
3.7. Pengolahan Data.....	38
3.8. Metode Analisis Data .....	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1. Uji Instrumen.....	44
4.2. Penyajian Data .....	46
4.3. Analisis Data .....	52
4.4. Pembahasan.....	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	64
5.1. Kesimpulan.....	64
5.2. Saran-saran .....	65

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Hasil Pengujian Validitas.....	44
Tabel 4.2. Hasil Pengujian Reliabilitas .....	45
Tabel 4.3. Pengelompokan Berdasarkan Umur Responden.....	46
Tabel 4.4. Pengelompokan Berdasarkan Jenis Kelamin Responden .....	47
Tabel 4.5. Pengelompokan Berdasarkan Pendidikan Terakhir Responden ...	47
Tabel 4.6. Frekuensi Variabel Kesadaran Merek.....	48
Tabel 4.7. Frekuensi Variabel Asosiasi Merek .....	49
Tabel 4.8. Frekuensi Variabel Persepsi Kualitas .....	50
Tabel 4.9. Frekuensi Variabel Loyalitas Merek.....	50
Tabel 4.10. Frekuensi Varianel Kepuasan Konsumen.....	51
Tabel 4.11. Hasil Analisis Regresi.....	52
Tabel 4.12. Hasil Analisis Parsial (signifikansi $\alpha = 2,5\%$ uji dua sisi).....	53
Tabel 4.13. Hasil Pengujian Berganda (dengan Signifikansi $\alpha=5\%$ ).....	58
Tabel 4.14. Nilai <i>Adjusted R Square</i> .....	60

## **DAFTAR GAMBAR**

Halaman

Gambar 2.1. Piramida Loyalitas .....	23
Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran Teoritis .....	29
Gambar 4.1. Penerapan Kerangka Keterkaitan Pengaruh Ekuitas Merek <i>(Brand Equity)</i> Terhadap Kepuasan Konsumen .....	63

