

**PENGARUH DIMENSI EKUITAS MEREK TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN *SMARTPHONE* IPHONE  
PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA**

**SKRIPSI**

**Diajukan kepada  
Universitas Pendidikan Ganesha  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan  
Program Sarjana Ekonomi**



**Oleh  
Ni Komang Ayu Srianingsih  
NIM 1617041019**

**PROGRAM STUDI MANJEMEN  
JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA  
SINGARAJA  
2020**

## SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS  
DAN MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK  
MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**



Pembimbing I,

Pembimbing II,

Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si  
NIP. 197611102014042001

A.A.Ngurah Yudha Martin Mahardika, S.Pd., M.Pd.  
NIP. 198003122002121002

Skripsi oleh Ni Komang Ayu Srianingsih ini  
telah dipertahankan di depan dewan penguji  
pada tanggal 11 Februari 2020

Dewan Penguji



Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si  
NIP.197611102014042001

(Ketua)



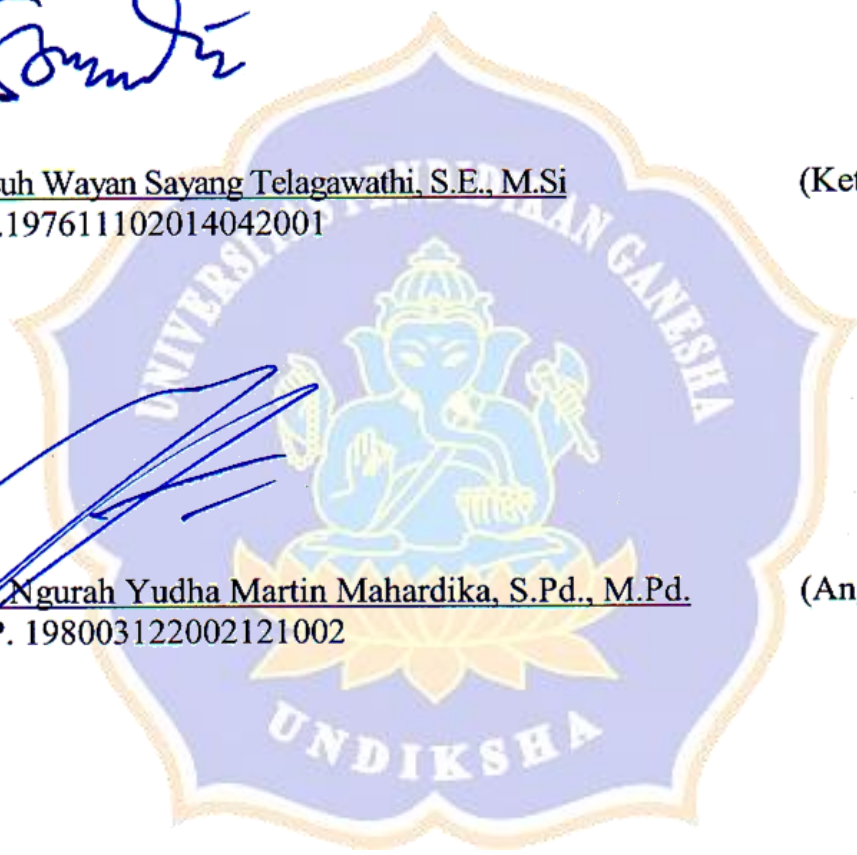
A.A Ngurah Yudha Martin Mahardika, S.Pd., M.Pd.  
NIP. 198003122002121002

(Anggota)



Ni Made Dwi Ariani Mayasari, S.E., M.M.  
NIP. 198505042015042001

(Anggota)



Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi  
Universitas Pendidikan Ganesha  
guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi

Pada:

Hari : Jumat  
Tanggal : 14 Februari 2020

Mengetahui,

Ketua Ujian

Sekretaris Ujian


  
Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E.Ak., M.Si  
NIP. 197906162002121003

  
Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si  
NIP. 196810291993032001

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Pendidikan Ganesha



  
Prof. Dr. Naswan Suharsono, M.Pd.  
NIP. 195808071981031003

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis ini dengan judul “Pengaruh Dimensi Ekuitas Merek terhadap Loyalitas Pelanggan *Smartphone* iPhone Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha” dengan keseluruhan isinya adalah benar-benar karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika dan aturan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila nantinya ditemukan ada pelanggaran atas etika atau aturan keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja,

Yang membuat pernyataan,



Ni Komang Ayu Srianingsih

NIM. 1617041019



## PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa/ Ida Sang Hyang Widhi Wasa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya lah, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Dimensi Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan *Smartphone* iPhone Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bimbingan, arahan, serta bantuan baik moral maupun material dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada yang terhormat:

- (1) Prof. Dr. I Nyoman Jampel, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
- (2) Prof. Dr. Naswan Suharsono, M.Pd., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
- (3) Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
- (4) Putu Indah Rahmawati, S.St.Par., M.Bus., Ph.D., selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
- (5) Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si., selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
- (6) Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., MBA, selaku Pembimbing Akademik terimakasih telah memberikan motivasi, saran dan selalu bersedia membimbing dengan penuh tanggung jawab, dan kesabaran selama masa perkuliahan hingga skripsi ini selesai.
- (7) Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si., selaku Pembimbing I terimakasih telah senantiasa selalu bersedia memberikan motivasi, saran, dan selalu bersedia membimbing dengan penuh tanggung jawab, kesabaran dan semangat telah membimbing dan mengarahkan penulis sampai terselesaikannya skripsi ini.
- (8) A.A. Ngurah Yudha Martin Mahardika, S.Pd., M.Pd, selaku Pembimbing II terimakasih telah senantiasa memberikan motivasi, saran dan selalu bersedia membimbing dengan penuh tanggung jawab, kesabaran dan semangat telah membimbing dan mengarahkan penulis sampai terselesaikannya skripsi ini

- (9) Bapak dan Ibu Dosen di Jurusan Manajemen yang selalu memberikan saran dan mendidik selama penulis belajar di Jurusan Manajemen.
- (10) Kepala Tata Usaha Fakultas Ekonomi beserta staf yang telah bersedia membantu dalam memberikan informasi dan petunjuk selama perkuliahan.
- (11) Kepala Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha beserta staf yang telah memberikan kemudahan pelayanan peminjaman buku-buku yang dibutuhkan selama penyusunan skripsi ini.
- (12) Untuk orang tua: ayah I Ketut Rai, ibu kandung penulis Ni Nyoman Yuningsih (alm), dan ibu penulis Ni Nyoman Siti Mariani, serta kedua saudara penulis I Gede Yudara Adi Purwa, dan I Made Purwantara, terimakasih atas segala-galanya, pengorbanan, kasih sayang, motivasi, dukungan, doa, dan segala kerja keras untuk menanggung segala keperluan penulis selama melaksanakan pendidikan sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
- (13) Sahabat-sahabat penulis: mabar canteks squad (fira, mang dian, sang ayu, dea, aris, puspa), terimakasih sudah saling mendukung satu sama lain walaupun berbeda pilihan konsentrasi dan terpisah kelas, atas segala bantuan selama penulis merantau di Singaraja, dan atas semua waktu bersama, semoga persahabatan yang sudah berasa persaudaraan ini tidak berhenti walapun masa pendidikan sudah terlewati, empat tahun di Singaraja telah menjadi waktu yang penuh kenangan.
- (14) Teman-teman Kelas A Manajemen angkatan 2016, terimakasih support, canda, tawa, bahagia, sedih, dan semuanya.
- (15) Teman-teman Marketing Squad angkatan 2016, terimakasih atas kebersamaan, bantuan, dan supportnya selama menjalani perkuliahan, dan selama penyusunan skripsi ini.
- (16) Teman-teman Jurusan Manajemen angkatan 2016 dari berbagai kelas dan konsentrasi, terimakasih atas segala bantuannya sepanjang masa perkuliahan.
- (17) Teman-teman HMJ Manajemen, terimakasih telah menjadikan penulis bagian dari keluarga besar HMJ Manajemen, banyak memberikan

pengalaman berorganisasi, bekerjasama dalam tim, segala pengalaman yang mengesankan selama perkuliahan.

- (18) Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka dari itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari para pembaca sebagai bahan masukan bagi penulis di masa yang akan datang. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna untuk para pembaca.

Singaraja, 22 Januari 2020

Penulis,





## DAFTAR ISI

	Halaman
PRAKATA.....	i
ABSTRAK .....	iv
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN .....	x
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	7
1.3 Pembatasan Masalah.....	7
1.4 Rumusan Masalah .....	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Penelitian .....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1 Deskripsi Teoretis.....	11
2.1.1 Loyalitas Pelanggan.....	11
2.1.2 Ekuitas Merek .....	16
2.2 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan .....	22
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	25
2.3.1 Hubungan Ekuitas Merek terhadap Loyalitas Pelanggan.....	25
2.3.2 Hubungan Kesadaran Merek terhadap Loyalitas Pelanggan.....	27
2.3.3 Hubungan Persepsi Kualitas terhadap Loyalitas Pelanggan.....	28
2.3.4 Hubungan Asosiasi Merek terhadap Loyalitas Pelanggan .....	28

2.3.5 Hubungan Loyalitas Merek terhadap Loyalitas Pelanggan.....	29
2.4 Kerangka Pemikiran .....	30
2.5 Hipotesis Penelitian .....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>35</b>
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....	35
3.2 Rancangan Penelitian.....	35
3.3 Subjek Penelitian/Populasi dan Sampel.....	36
3.4 Definisi Variabel Dan Operasional Variabel Penelitian .....	37
3.4.1. Definisi Variabel Penelitian.....	37
3.4.2. Operasional Variabel Penelitian .....	38
3.5 Metode Dan Instrumen Pengumpulan Data.....	39
3.5.1. Metode Pengumpulan Data.....	39
3.5.2. Instrumen Pengumpulan Data.....	40
3.6 Metode dan Teknik Analisis Data.....	46
3.6.1 Uji Asumsi Klasik .....	47
3.7 Pengujian Hipotesis .....	49
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>52</b>
4.1 Deskripsi Data .....	52
4.2 Pengujian Asumsi Klasik .....	54
4.2.1 Uji Normalitas .....	54
4.2.2 Uji Multikolinieritas .....	56
4.2.3 Uji Heteroskedastisitas .....	58
4.2.4 Regresi Linier Berganda .....	58
4.3 Pengujian Hipotesis .....	63
4.3.1 Pengaruh Dimensi Ekuitas Merek terhadap Loyalitas Pelanggan.....	63
4.3.2 Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Loyalitas Pelanggan.....	63
4.3.3 Pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Loyalitas Pelanggan.....	64

4.3.4 Pengaruh Asosiasi Merek terhadap Loyalitas Pelanggan .....	64
4.3.5 Hubungan Loyalitas Merek terhadap Loyalitas Pelanggan .....	64
4.4 Pembahasan.....	65
4.5 Implikasi .....	72
BAB V PENUTUP.....	73
5.1 Rangkuman .....	73
5.2 Simpulan .....	76
5.3 Saran .....	77
DAFTAR RUJUKAN .....	79
LAMPIRAN .....	83



## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 2.1 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan.....	23
Tabel 3.1 Definisi Variabel Penelitian .....	37
Tabel 3.2 Operasional variabel penelitian.....	38
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas Sampel Kecil .....	41
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Sampel Besar .....	42
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Sampel Kecil .....	44
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Sampel Besar .....	45
Tabel 4.1 Gambaran Umum Responden .....	52
Tabel 4.2 Hasil Uji Multikolinieritas .....	56
Tabel 4.3 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda.....	59



## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Tentang Pengaruh Dimensi Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	33
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Menggunakan Grafik <i>P-Plot</i> .....	56
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan <i>Scatterplot</i> .....	58
Gambar 4.3 Sruktur Hubungan Pengaruh Dimensi Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	61





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1 Data Penguasaan Pangsa Pasar <i>Smartphone</i> Di Indonesia .....	83
Lampiran 2 Kuesioner Mahasiswa Fakultas Ekonomi Undiksha yang Menggunakan <i>Smartphone</i> iPhone .....	84
Lampiran 3 Gambaran Umum Responden .....	88
Lampiran 4 Data Hasil Kuesioner Sampel Kecil .....	93
Lampiran 5 Data Hasil Kuesioner Sampel Besar .....	97
Lampiran 6 Daftar Nilai $r_{tabel}$ Signifikansi 5% Dan 1% .....	111
Lampiran 7 Hasil <i>Output</i> Perhitungan Spss 22 <i>For Windows</i> .....	112
7.1. Hasil Uji Reliabilitas Sampel Kecil .....	112
7.2. Hasil Uji Validitas Sampel Kecil.....	113
7.3. Hasil Uji Reliabilitas Sampel Besar.....	118
7.4. Hasil Uji Validitas Sampel Besar .....	129
7.5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	124
7.6. Hasil Uji Normalitas .....	126
7.7. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	126