

**ANALISIS INTERELASI ANTARA KOMPONEN EKUITAS MEREK, YAITU  
PERSEPSI KUALITAS, KESADARAN MEREK, CITRA MEREK DAN LOYALITAS**

**MEREK PADA JASA BANK MANDIRI**

**SKRIPSI**

**Disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir Guna memperoleh  
gelar Sarjana Jenjang Strata 1 Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi**

Universitas Islam Indonesia



Disusun Oleh

**Nama : Yusuf Fauzan**

**Nomor Mahasiswa : 12311423**

**Jurusan : Manajemen**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**YOGYAKARTA**

**2016**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang pernah tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku”

Yogyakarta, Agustus 2016

Penulis,



(Yusuf Fauzan)



**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**

Skripsi ini telah disahkan dan disetujui oleh dosen pembimbing skripsi

dengan judul:

**ANALISIS INTERELASI ANTARA KOMPONEN EKUITAS MEREK, YAITU  
PERSEPSI KUALITAS, KESADARAN MEREK, CITRA MEREK DAN LOYALITAS  
MEREK PADA JASA BANK MANDIRI**

Hasil Penelitian

Diajukan Oleh:

Nama : Yusuf Fauzan

Nomor Mahasiswa : 12311423

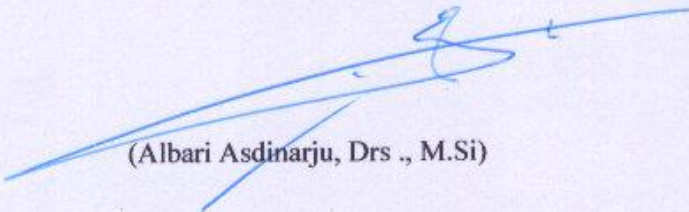
Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Telah disetujui dan disahkan oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal.....<sup>11/08</sup>.....<sup>2016</sup>

Dosen Pembimbing

  
(Albari Asdinarju, Drs ., M.Si)



**BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI**

SKRIPSI BERJUDUL

**ANALISIS INTERELASI, KOMPONEN EKUITAS MEREK YAITU PERSEPSI KUALITAS,  
KESADARAN MEREK, CITRA MEREK DAN LOYALITAS MEREK PADA JASA BANK  
MANDIRI**

Disusun Oleh : **YUSUF FAUZAN**

Nomor Mahasiswa : **12311423**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Rabu, tanggal: 21 September 2016

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Albari, Drs., M.Si

Penguji : Anas Hidayat, Drs., MBA., Ph.D.

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Indonesia



Dr. D. Agus Harjito, M.Si.

## MOTTO

*Aku bersaksi bahwa tiada Tuhan selain Allah dan Aku bersaksi bahwa Nabi Muhammad utusan Allah.*

*Sesungguhnya perbuatan baik dapat menghapus perbuatan buruk*

*(QS Hud : 114)*

*Sesungguhnya Kami menciptakan manusia dari setitik mani dari unsur yang beragam untuk*

*Kami uji di kemudian hari*

*(Al-Insaan:02)*

*(Allah) telah wariskan kepada manusia supaya berbuat baik kepada orang tuanya*

*(QS Al Ankabut: 8)*

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

- Allah SWT yang telah memberikan nikmat, karunia dan anugerahnya sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini
- Kedua Orang tua saya, yaitu Mohammad Badar dan Sismiati SH yang selalu mendoakan yang terbaik untuk anak-anaknya
- Saudara dan saudari kandung saya yang mendukung kelancaran perkuliahan saya selama ini
- Dosen Pembimbing Drs. Albari, M. Si yang telah tulus bersedia membimbing saya dan rekan rekan saya dalam menyelesaikan tugas akhir
- Teman teman selama perkuliahan yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang dengan senang hati membantu saya apabila saya mengalami kesulitan dan berteman selama perkuliahan selama ini.
- Semua Pihak yang telah tulus membantu penyelesaian tugas akhir ini

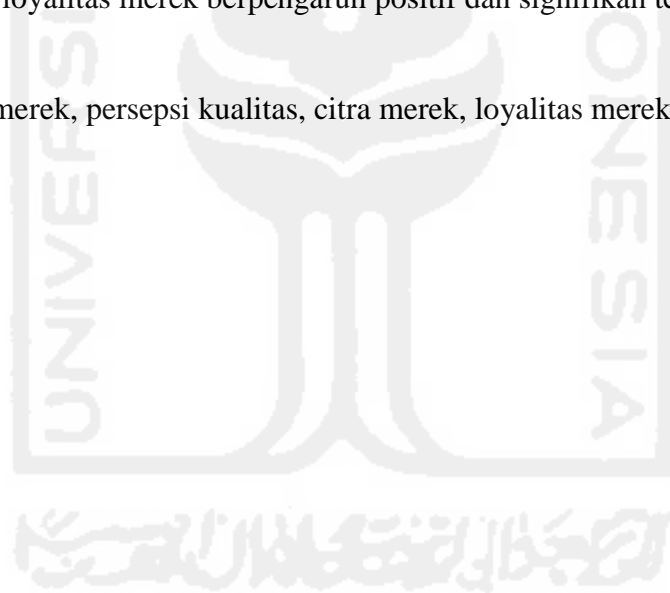
## ABSTRAK

Di zaman globalisasi seperti sekarang, persaingan antara industri jasa baik dengan sesama perusahaan yang berasal dari dalam negeri maupun dengan perusahaan yang berasal dari luar negeri semakin ketat. Industri perbankan yang merupakan industri jasa yang menawarkan solusi bagi masalah finansial baik kepada perseorangan maupun institusi juga terkena dampak dari persaingan yang semakin ketat tersebut. Salah satu cara memenangkan persaingan adalah dengan menggunakan ekuitas merek sebagai keunggulan kompetitif. Namun guna memaksimalkan ekuitas merek, kita perlu mengetahui hubungan hubungan yang terjadi didalam komponen ekuitas merek itu sendiri.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan jasa perbankan Bank Mandiri di Yogyakarta. Sampel yang digunakan adalah 96 responden dengan teknik pengambilan sampel adalah *convenience sampling*. Variabel data yang digunakan untuk analisis adalah persepsi kualitas, loyalitas merek, citra merek dan kesadaran merek. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear sederhana dan regresi linear berganda.

Hasil Analisis data menunjukkna bahwa persepsi kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran merek Bank Mandiri, kemudian persepsi kualitas dan kesadaran merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek Bank Mandiri. Terakhir, persepsi kualitas dan loyalitas merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek.

Kata Kunci: ekuitas merek, persepsi kualitas, citra merek, loyalitas merek, kesadaran merek



## ABSTRACT

In the age of globalization, competition between service industry, whether it is local or international companies are getting tougher. Banking industry as a service industry which offers solution for financial problem for individual or institutional, affected by those condition. One of strategy to win the competition is using brand equity to get the competitive advantage, but to maximize brand equity's benefit, we have to understand the relationship between brand equity's components itself.

The population in this study are the the consumer of Bank Mandiri in Yogyakarta. The samples used were 96 respondents. The sampling technique in this research is convenience sampling. Variables used in this research are perceived quality, brand loyalty, brand image and brand awareness. Analysis of the data in this study using multiple regression and simple regression.

The results of data analysis showed that there is a positive and significant effect of perceived quality towards brand awareness. There is also positive and significant effect of perceived quality and brand awareness towards brand loyalty, and positive and significant effect of perceived quality and brand loyalty towards brand image.

Key word : brand image, perceived quality, brand awareness, brand loyalty, brand equity





## KATA PENGANTAR



*Assalamualaikum Wr.Wb*

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Shalawat serta salam semoga selalu dilimpahkan kepada Allah SWT dan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya, dan karena syafatnya kita dapat hijrah dari zaman kegelapan menuju zaman yang diridhoi oleh Allah SWT.

Penyusunan skripsi ini adalah sebagai tugas akhir yang merupakan syarat untuk meraih gelar Sarjana Strata S-1 pada Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia. Dalam penyusunan laporan penelitian ini, penulis menyadari masih banyak terdapat kelemahan dan kekurangan, sehingga segala bentuk kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan penulis demi kesempurnaan laporan penelitian ini. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi diri penulis dan pihak-pihak terkait lainnya.

Dalam penulisan penelitian ini penulis tidak lupa pula mengucapkan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, atas berkat rahmat dan hidayahNya serta kesehatan yang telah dilimpahkanNya kepada penulis selama menulis sehingga penelitian tugas akhir ini dapat diselesaikan.
2. Orangtua, Ayahanda Muhammad Badar serta Ibunda tercinta Sismiati Silviana Heroestiati yang tiada pernah hentinya mencurahkan kasih sayang dan perhatiannya serta doa yang selalu dipanjatkan kepada penulis.

3. Saudara saudari yang telah mendukung penyelesaian tugas akhir penelitian ini baik secara langsung maupun tidak langsung
4. Bapak Albari Asdinarju, Drs., M.Si. selaku dosen pembimbing dalam penulisan skripsi ini, terimakasih telah membimbing dan memberikan arahan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Ilmu-ilmu yang bapak berikan kepada penulis selama menempuh jenjang Strata 1 juga dijadikan penulis sebagai bekal untuk kedepannya.
5. Teman-teman perkuliahan yang tidak dapat disebutkan satu-satu, terimakasih atas bantuan dan dukungan yang tidak henti-henti mengalir kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik.
6. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu

Semoga segala bantuan, bimbingan dan pengajaran yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan imbalan dari Allah S.W.T. Akhirnya, penulis berharap semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi semua yang membaca dan dapat memanfaatkannya.

Aamiin Yaa Robbal Alaamiin.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Yogyakarta, Agustus 2016

Penulis

Yusuf Fauzan