

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
EKUITAS MEREK**

**(Studi pada Pengguna Jasa RS. PKU Muhammadiyah Surakarta)**



**Disusun Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Persyaratan Guna Meraih  
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Sebelas Maret Surakarta**

**Disusun oleh**

**AISYA ARINA PRATIWI**

**F0209007**

**S1 MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS SEBELAS MARET**

**SURAKARTA**

**2013**

*commit to user*

## ABSTRAK

### ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI EKUITAS MEREK

(Studi pada Pengguna Jasa RS. PKU Muhammadiyah Surakarta)

Oleh :

AISYA ARINA PRATIWI

F0209007

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh anteseden kualitas layanan, citra merek, loyalitas merek, dan kepuasan konsumen terhadap ekuitas merek pada sektor kesehatan RS. PKU Muhammadiyah Surakarta. Sampel penelitian yang digunakan sebanyak 200 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode non-probability sampling, yaitu purposive sampling dengan kriteria responden yang pernah menggunakan jasa kesehatan RS. PKU Muhammadiyah Surakarta sebanyak minimal tiga kali. Setelah data terkumpul, SEM AMOS digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan.

Berdasarkan hasil analisis model structural (SEM) yang menguji hipotesis dalam penelitian ini didapatkan hasil antara lain : pertama, kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dan ekuitas merek, kedua, kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap citra merek dan loyalitas merek, ketiga, citra merek dan loyalitas merek berpengaruh positif terhadap ekuitas merek, keempat, citra merek tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas merek, dan yang terakhir adalah kepuasan konsumen tidak berpengaruh positif terhadap ekuitas merek.

Penelitian ini telah meneliti beberapa faktor yang mempengaruhi ekuitas merek pada sektor kesehatan. Namun ada beberapa variabel yang kemungkinan berpengaruh terhadap ekuitas merek yang tidak diuji pengaruhnya dalam penelitian ini. Sehingga dalam penelitian selanjutnya diharapkan melengkapi keterbatasan pada penelitian ini dengan menambah variabel lain.

**Kata kunci :** kualitas layanan, citra merek, loyalitas merek, kepuasan konsumen, dan ekuitas merek.

*commit to user*

## ABSTRACT

### ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCING BRAND EQUITY (Studies in Customer of PKU Muhammadiyah Surakarta Hospital)

By :

AISYA ARINA PRATIWI

F0209007

The purpose of this study was to examine the influence of antecedents service quality, customer satisfaction, brand image and brand loyalty on brand equity in the healthcare sector, namely PKU Muhammadiyah Surakarta Hospital. The data were collected by a questionnaires with involving 200 respondents. Meanwhile sample collecting was done by non-probability sampling method, namely purposive sampling with criteria respondents who have used healthcare services at PKU Muhammadiyah Surakarta Hospital at least three times in the last five years. After completing data, SEM AMOS was applied to test the hypotheses have been formulated.

The results show that firstly, service quality influences on customer satisfaction and brand equity; secondly, customer satisfaction has a positive effect on brand image and brand loyalty; thirdly, brand image and brand loyalty has a significant affect on brand equity; fourthly, brand loyalty is not influenced by brand image; and the last one is customer satisfaction has no significant affect on brand equity.

This study has examined the factors that influence brand equity in healthcare sector. However, there are several variables that may influence the brand equity that were not tested yet. Thus, the future researchs are expected to complete the limitation of this research.

**Keywords ;** *service quality, customer satisfaction, brand image, brand loyalty dan brand equity.*

*commit to user*

## **HALAMAN PERSETUJUAN**

**Skripsi dengan judul :**

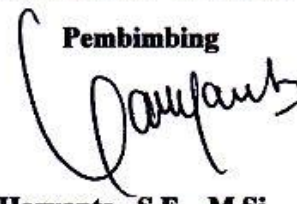
**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI EKUITAS MEREK**

**(Studi pada Pengguna Jasa RS. PKU Muhammadiyah Surakarta)**

**Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh :**

**Surakarta, 11 Juli 2013**

**Pembimbing**



**Haryanto, S.E., M.Si**

**NIP. 197403092006041001**

## HALAMAN PENGESAHAN

Telah disetujui dan diterima baik oleh tim penguji Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas  
Maret Surakarta guna melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk  
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen



Surakarta, Juli 2013

## Tim Penguji Skripsi

1. **Drs. Wiyono, MM**

NIP. 19550505 198503 1 002

Sebagai Ketua

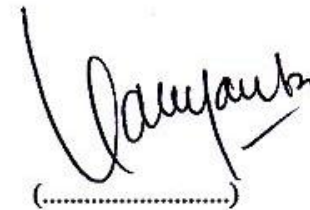


(.....)

2. **Haryanto, SE., MSI**

NIP. 19740309 200604 1 001

Sebagai Pembimbing

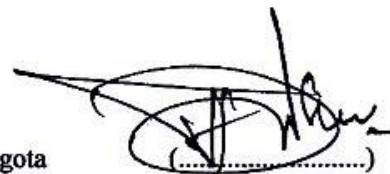


(.....)

3. **Drs. Djoko Purwanto, MBA**

NIP. 19590116 198503 1 004

Sebagai Anggota



(.....)

## HALAMAN MOTTO

*Barang siapa menuntut ilmu, maka Allah akan memudahkan baginya jalan menuju surga. Dan tidaklah berkumpul suatu kaum disalah satu dari rumah-rumah Allah, mereka membaca kitabullah dan saling mengajarkannya diantara mereka, kecuali akan turun kepada mereka ketenangan, diliputi dengan rahmah, dikelilingi oleh para malaikat, dan Allah akan menyebut-nyebut mereka kepada siapa saja yang ada disisinya. Barang siapa memperlambat-lambat dalam amalannya, niscaya tidak akan bisa dipercepat oleh nasabnya.*

*(H.R. Muslim dalam Shahih-nya).*

*Orang-orang hebat di bidang apapun bukan baru bekerja karena mereka terinspirasi, namun mereka menjadi terinspirasi karena mereka lebih suka bekerja. Mereka tidak menyia-nyiaakan waktu untuk menunggu inspirasi.*

*(Ernest Newman)*

*every dark night is followed by a light morning*

*(Harriet Morgan)*

*commit to user*

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segenap cinta dan ketulusan hati, Saya persembahkan karya ini kepada :

1. Papa dan Mama tercinta, yang telah mendidiku dengan penuh kasih sayang, terima kasih atas kesabaran yang tiada tara, serta doanya yang selalu menyertai langkahku dalam mengarungi hidup ini.
2. Kakak dan adik-adikku yang selalu mendukung dan memberikan semangat.
3. Sahabat-sahabatku yang selalu ada saat proses penulisan skripsi ini, Anggit Hertina yang selalu mengingatkanku dan memberiku semangat ketika aku lelah, Anindya Agustina, sahabat seperjuangan dalam mengerjakan skripsi ini sampai selesai, Amelia Restu Wardani dan Cempaka Irawati yang selalu menghiburku ketika aku jenuh.
4. Sahabat-sahabatku tersayang Rysa Yulita Fahrani, Cindy Chintya Hapsari, Nanda Ruwina, dan Tiyur Lian Hati yang selalu memberi warna dalam hari-hariku.
5. Seseorang yang bisa jadi teman, musuh, sahabat, kakak, pelengkap hidupku Aditya Danni Rosihandi terimakasih untuk setiap canda, tawa, sedih, dan haru yang telah mewarnai kehidupanku dan mendewasakanku.
6. Teman-teman yang membantu dalam proses penulisan skripsi ini, mbak Ari, Feqih, mbak Cindy, mbak Ana, Elida, dll.
7. Para haters yang memacu semangatku untuk selalu lebih baik.
8. Teman-teman Best way consultant Greget, Ganis, Adit, Tutut, Tri, Titin, Sinung, mas Binendra, mas Anggit dan mas Agung, kalian best team ever.
9. Management 2009. Anindita, Dina, Chintya, Fitria, Diana, Fiki, Danik, Alfian, Bayu, Nuradi, Mega, Heggy, Mahfud, Ira, Pandu, Kukuh, Rendy, Rangga, Nina, Lina, Linda, Fahmi, Ngatijo, Egy, Riska, Hokie, Mayang, Meifrita, Nita, Dody, dll
10. Dan semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu dalam tulisan ini.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah Penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah banyak banyak mengkaruniakan nikmat-Nya yang tidak terhitung, salah satunya Penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI EKUITAS MEREK (Studi pada Pengguna jasa RS. PKU muhammadiyah Surakarta) ”**. Sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Pada kesempatan ini, Penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan sejak masa persiapan hingga akhir penyusunan skripsi ini. Secara khusus ucapan terima kasih Penulis sampaikan kepada :

1. Dr. Wisnu Untoro, M. S, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta
2. Dr. Hunik Sri Runing S, M.Si., selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta
3. Haryanto, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan sabar dan telaten memberikan bimbingan kepada Penulis dalam penyusunan skripsi ini
4. Seluruh dosen Manajemen Fakultas Ekonomi yang selama ini telah memberikan ilmu dan pengetahuan
5. Ayah, Ibu, kakak dan adik Saya tercinta. Yang tanpa kenal lelah mendukung dan memotivasi Saya. Terima kasih atas segala kasih sayangnya yang tidak akan pernah hilang sampai kapanpun
6. Sahabat-sahabat dan teman satu angkatan Manajemen 2009 dan semua pihak yang tidak dapat Penulis sebutkan satu persatu



Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu apabila ada kata yang tidak berkenan, Penulis mohon maaf. Penulis juga mengharap kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca, khususnya untuk Penulis sendiri.



Surakarta, Juli 2013

Aisyah Arina

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
ABSTRAKSI.....	i
ABSTRACT.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Perumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Justifikasi Penelitian.....	8
BABA II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Tinjauan Teori.....	10
1. Kualitas Layanan.....	10
2. Citra Merek.....	13
3. Kepuasan konsumen.....	14
4. Loyalitas merek.....	16
5. Ekuitas Merek.....	19
B. Posisi Studi .....	20
C. Model Penelitian .....	22
D. Perumusan Hipotesis .....	23
BAB III METODE PENELITIAN .....	29
A. Ruang Lingkup Penelitian .....	29
B. Metode Pengambilan Sampel .....	30
C. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	31
D. Metode Analisis Data.....	38
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....	48
A. Analisis Deskriptif .....	48
B. Pengujian Instrument Penelitian .....	53
1. <i>Pretest</i> Pertama .....	53
2. <i>Pretest</i> kedua .....	56
3. Uji Sampel Besar 200 Responden.....	58
C. Pengujian Data .....	61

1. Normalitas Data .....	61
2. Evaluasi Outliers .....	63
D. Analisis Kesesuaian Model ( <i>Goodness of fit</i> ) .....	64
E. Pembahasan .....	69
Bab V PENUTUP .....	77
a. Kesimpulan .....	77
b. Keterbatasan dan Saran .....	78
c. Implikasi Manajerial .....	79
DAFTAR PUSTAKA.....	80



## DAFTAR TABEL

Tabel II.1 : Penelitian Terdahulu

Tabel III.1 : Indeks *Goodness-of-fit* Model

Tabel III.2 : *Regression Weight*

Tabel IV.1 ; Distribusi Pengembalian Kuesioner

Tabel IV.2 : Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel IV.3 : Deskripsi Responden berdasarkan Usia

Tabel IV.4 : Deskripsi Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel IV.5 : Deskripsi Responden berdasarkan Status (Pekerjaan)

Tabel IV.6 : Deskripsi Responden berdasarkan Penghasilan

Tabel IV.7 : Deskripsi Responden berdasarkan Pengguna Polis Asuransi

Tabel IV.8 : Hasil Uji Validitas *Pretest* 1

Tabel IV.9 : Hasil Uji Validitas *Pretest* 2

Tabel IV.10 : Hasil Uji Reliabilitas *Pretest* 2

Tabel IV.11 : Hasil KMO

Tabel IV. 12 : Hasil Uji Validitas Sampel Besar

Tabel IV. 13 : Hasil Uji Reliabilitas Sampel Besar

Tabel IV. 14 : Hasil Uji Normalitas

Tabel IV. 15 : Jarak Mahalonobis Data Penelitian

Tabel IV. 16 : Hasil *Goodness-of-fit* Model sebelum Modifikasi

Tabel IV. 17 : Hasil *Goodness-of-fit* Model setelah Modifikasi

Tabel IV. 18 : *Regression Weight*

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 : Piramida *Brand Loyalty*

Gambar II.2 : Kerangka Penelitian



*commit to user*