



**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DI RUMAH MAKAN AYAM BAKAR WONG
SOLO DI KOTA JEMBER**

*The Influence of Brand Equity On Consumers Satisfaction In
Restaurants Ayam Bakar Wong Solo In Jember City*

SKRIPSI

Oleh

**Panji Pamungkas A.A.Y
NIM 090910202013**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2014**



**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DI RUMAH MAKAN AYAM BAKAR WONG
SOLO DI KOTA JEMBER**

*The Influence of Brand Equity On Consumers Satisfaction In
Restaurants Ayam Bakar Wong Solo In Jember City*

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Oleh

Panji Pamungkas A.A.Y
NIM 090910202013

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2014**

PERSEMBAHAN

Dengan penuh syukur dan kebanggan skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta, Ayahanda Sudjarwoto dan Ibu Nining Adiningsih yang tidak henti-hentinya selalu mendoakan dan memberikan semangat serta kasih sayang selama ini;
2. Kakak-kakakku tercinta mbak Renny, Mas Dimas, Mbak Ratna, Mas Amiek, dan Salsa, beserta keluarga besar yang selalu memberi semangat dan doa selama ini;
3. Guru-guruku sejak taman kanak-kanak sampai dengan perguruan tinggi;
4. Almamater yang Saya banggakan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

MOTTO

“Bahwa keempat dimensi ekuitas merek yaitu kesadaran merek, asosiasi merek, kesan kualitas dan loyalitas merek bisa memberikan manfaat berupa alasan untuk membeli dan bisa mempengaruhi kepuasan konsumen”

David Aaker

“Orang sukses itu umumnya ahli dalam menyederhanakan masalah hidup, sehingga ia selamat dari perdebatan argumen, perbedaan pendapat, dan keraguan yang tidak perlu. Ia memotong serangkaian masalah dengan solusi yang dibutuhkan oleh semua orang”

Michael Korda

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Panji Pamungkas A.A.Y

NIM : 090910202013

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Di Kota Jember” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan di institusi manapun dan bukan jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 12 November 2013

Yang menyatakan,

Panji Pamungkas A.A.Y

NIM. 090910202013

SKRIPSI

**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
DI RUMAH MAKAN AYAM BAKAR WONG SOLO DI KOTA JEMBER**

*The Influence of Brand Equity On Consumers In Restaurants Ayam Bakar
Wong Solo In Jember City*

Oleh

Panji Pamungkas A.A.Y

NIM 090910202013

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Edy Wahyudi, S.Sos, MM

Dosen Pembimbing Anggota : Drs. Poerwanto, MA

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Di Kota Jember” telah diuji dan disahkan pada:

Hari, tanggal : Jum’at 10 Januari 2014

Jam : 08.30 WIB

Tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Tim Penguji:

Ketua,

Drs. Didik Eko Julianto, M.AB

19610722 198902 1 001

Anggota I,

Anggota II

Dr. Edy Wahyudi, S.Sos, MM

19750825 200212 1 002

Anggota III,

Drs. Poerwanto, MA

19490715 198403 1 002

Anggota IV,

Yuslinda Dwi Handini, S.Sos, M.AB

19790919 200812 2 001

Drs. Suhartono, MP

19600214 198803 1 002

Mengesahkan

Dekan,

Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA

NIP.195207271981031003

RINGKASAN

Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Di Kota Jember; Panji Pamungkas A.A.Y, 090910202013; 2014: 110 Halaman; Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis; Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Di Kota Jember”. Penelitian ini adalah bertujuan mengetahui pengaruh kesadaran merek, asosiasi merek, *perceived quality*, dan loyalitas merek secara parsial dan simultan terhadap kepuasan konsumen Di Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo di Kota Jember. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang datang dan makan di Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo, dengan jumlah responden sebanyak 50 orang. Variabel yang digunakan yaitu sebanyak 5 variabel, yaitu 4 variabel bebas dan 1 variabel terikat. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian : 1) Menunjukkan bahwa kesadaran merek secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo, sedangkan asosiasi merek, persepsi kualitas, dan loyalitas merek secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo, dan; 2) Menunjukkan bahwa kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, dan loyalitas merek secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo.

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Di Kota Jember”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Hary Yuswandi, MA, selaku Dekan Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
2. Dr. Sasongko, M, Si, selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik;
3. Drs. Suhartono, MP, selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
4. Dr. Edy Wahyudi, S.Sos, MM, selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan perhatiannya guna memberikan bimbingan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini;
5. Drs. Poerwanto, MA, selaku Dosen pembimbing II yang telah memberikan petunjuk dan pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesaikan skripsi ini;
6. Drs. Poerwanto, MA, selaku Dosen Wali yang telah memberikan pengarahan selama penulis belajar di bangku kuliah;
7. Semua Dosen-dosen dan Karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember, yang telah membantu dalam urusan administrasi;
8. Bpk Zaini M. S.Sos. sebagai manajer cabang rumah makan ayam bakar wong solo di Jember dan seluruh karyawan Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo yang telah membantu selama proses penelitian;

9. Kedua Orang Tuaku, Bapak Sudjarwoto dan Ibu Nining Adiningsih tercinta yang telah memberi cinta dan kasih serta doa selama ini, kakak-kakak ku Renny dan Dimas, Ratna, Amiek yang selalu mendoakan dan memberikan semangat untukku, juga keponakan ku Gadis Salwa Salsabila yang selalu memberi semangat dan menyegarkan pikiran ku selama menyelesaikan skripsi ini.

Seluruh Keluarga besarku di Jember, Lamongan, Malang dan Jogja terima kasih telah memberikan semangat dan dukungan serta do'a kepada penulis;

10. Teman-teman Administrasi Bisnis angkatan 2009 Siswi, Ima, Andre, Erwin, Doddy, Yanuar, Faris Irhamni, M. Faris, Zhaim, Kevin, Dery, Anis, Renny, Raves, Tiara, Pujo, Aris, Dian, Vany, Eva, Ria, Bibit, Nugiek, Arie, Tami, Ika, Geli dan lain-lain yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu yang telah memberikan semangat serta kebersamaannya selama ini;
11. Keluarga Besar UKM Basket Fisip Bapak Drs. Poerwanto, MA selaku Pembina, Mas Pramono selaku pelatih dan, Mbak Anita, Retno Eka, Aris, Erik, Ayuk, Wildan, Riris, Dinda, Presti, Raves, Bima, Adinda, Vera, Debby, Dandit, Bagus, Hilda, Ambon, Ulfa dan lain-lain yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu terima kasih telah memberikan semangat serta kebersamaannya selama ini;
12. Keluarga Besar KKN kelompok 24 Desa Sabrang Hanan, Nadia, Ayun, Siska, Novia, Angga, Vitta dan Bapak DPL Fajar Wahyu Prianto yang telah memberikan semangat, motivasi, doa selama ini;
13. Teman sepermainanku Haris, Dio, Adri, Widhi, Trendi, Amik, Pongky, Mas Lingga, Devinda, Lusi, Arum, Amel, Milanda, dan lain-lain yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu terima kasih telah memberikan semangat serta kebersamaannya selama ini.

Semoga bantuan dan bimbingan semangat serta dorongan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan dari Allah SWT. Tiada suatu karya yang sempurna kecuali milik Allah semata, untuk itu saran dan kritik dari semua pihak selalu penulis terima untuk menyempurnakan skripsi ini. penulis berharap, semoga skripsi ini bermanfaat.

Jember, 12 November 2013

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN PEMBIMBING SKRIPSI	vi
HALAMAN PENGESAHAN	vii
RINGKASAN	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.3.1 Tujuan Penelitian	9
1.3.2 Manfaat Penelitian	9
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teoritis	11
2.1.1 Merek	11

2.1.1.1	Pengertian Merek	11
2.1.1.2	Tujuan Merek	13
2.1.2	Ekuitas Merek	14
2.1.2.1	Konsep Ekuitas Merek	14
2.1.2.2	Variabel – Variabel Ekuitas Merek	16
2.1.2.3	Manfaat Ekuitas Merek	28
2.2	Kepuasan konsumen	31
2.2.1	Konsep Kepuasan Konsumen	31
2.2.2	Faktor Utama Dalam Menentukan Kepuasan Konsumen	33
2.2.3	Strategi Meraih dan Meningkatkan Kepuasan Konsumen	34
2.2.4	Faktor Pembentuk Kepuasan Konsumen	35
2.2.5	Pengukuran Kepuasan Pelanggan	36
2.2.6	Manfaat Memperhatikan Kepuasan Konsumen	38
2.3	Hubungan Variabel Ekuitas Merek Dengan Kepuasan	38
2.4	Hasil Penelitian Terdahulu	40
2.5	Hipotesis Penelitian.....	43
BAB 3.	METODE PENELITIAN	44
3.1	Metode Penelitian	44
3.2.	Jenis Penelitian.....	44
3.3	Populasi dan Sampel.....	45
3.3.1	Populasi	45
3.3.2	Sampel	45
3.4	Tahap Pengumpulan Data	46
3.4.1	Jenis dan Sumber Data	46

3.4.2 Metode Pengumpulan Data	46
3.5 Tahap Persiapan	47
3.6 Skala Pengukuran.....	49
3.7 Kerangka Konseptual.....	49
3.8 Definisi Operasional Variabel	49
3.9 Uji Instrumen	51
3.9.1 Uji Validitas	51
3.9.2 Uji Reliabilitas	52
3.10 Metode Analisis Data.....	52
3.10.1 Regresi Linier Berganda	52
3.10.2 Uji Asumsi Klasik.....	53
3.10.3 Uji Hipotesis	55
3.11 Tahap Penarikan Kesimpulan	56
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	57
4.1 Hasil Penelitian.....	57
4.1.1 Gambaran Umum	57
4.1.2 Karakteristik Responden.....	64
4.1.3 Deskriptif Statistik	66
4.1.4 Uji Instrumen	71
4.1.4.1 Uji Validitas	71
4.1.4.2. Uji Reliabilitas.....	72
4.1.5 Analisa Data	72
4.1.5.1 Regresi Linear Berganda	72
4.1.5.2 Uji Asumsi Klasik	73
4.1.5.2.1 Uji Multikolinieritas	73

4.1.5.2.2 Uji Heteroskedastisitas	74
4.1.5.2.3 Uji Normalitas	75
4.1.5.3 Uji Hipotesis	75
4.1.5.3.1 Uji t	75
4.1.5.3.2 Uji F	77
4.1.5.3.3 Koefisien Determinasi	78
4.2 Pembahasan	78
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	84
5.1 Kesimpulan	84
5.2 Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN	88

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Daftar Rumah Makan dan Restoran Di Kabupaten Jember.....	5
Tabel 2.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Sekarang	42
Tabel 4.1 Karakteristik Usia Responden	64
Tabel 4.2 Karakteristik Jenis Kelamin Responden	65
Tabel 4.3 Karakteristik Profesi atau Pekerjaan	65
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Jawaban Terhadap Kesadaran Merek.....	66
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Jawaban Terhadap Asosiasi Merek.	67
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Jawaban Terhadap Persepsi Kualitas.....	68
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Jawaban Terhadap Loyalitas Merek.....	69
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Jawaban Terhadap Kepuasan Konsumen	70
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	71
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	72
Tabel 4.11 Hasil Regresi Linear Berganda	73
Tabel 4.12 Uji Uji Multikolinearitas	74
Tabel 4.13 Uji Heteroskedastisitas.....	74
Tabel 4.14 Uji Normalitas.....	75
Tabel 4.15 Uji t.	76
Tabel 4.16 Uji F	77

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Konfigurasi Ekuitas Merek	30
Gambar 3.1 Kerangka Konseptual	49
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	63

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	88
Lampiran 2 Rekapitulasi Jawaban Responden.....	92
Lampiran 3 Hasil Distribusi Frekuensi dan Indeks.....	94
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	99
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas	102
Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi Berganda	105
Lampiran 7 t Tabel.....	108
Lampiran 8 F Tabel.....	109
Lampiran 9 Surat Keterangan Penelitian	110