

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *BRAND LOYALTY*, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *BRAND EQUITY* SEPATU CONVERSE PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA**

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Sarjana S1 Program Studi  
Manajemen



Disusun oleh :

NURLYTA HIDIASTI

182304025

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA**

**2022**

**HALAMAN PENEKESAHAN**

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *BRAND LOYALTY*, DAN  
*BRAND IMAGE* TERHADAP *BRAND EQUITY* SEPATU CONVERSE  
PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA**

Diajukan Oleh :

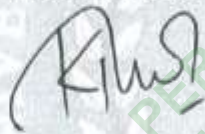
**NURLYTA HIDIASTI**  
**182304025**

Telah dipertahankan dan disahkan di depan Dewan Penguji dan Dinyatakan Sah Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen (S-1) di Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.

Hari/ Tanggal : Kamis, 23 Agustus 2022

Mengesahkan,

Ketua Penguji



**(Krisna Mutiara Wati, S.E., M.Sc.)**  
**NIDN 0519029002**

Anggota Penguji 1



**(Murwani Eko Astuti, S.E., MBA)**  
**NIDN 0506098101**

Pembimbing



**(Megawati Syahril, S.E., MBA)**  
**NIDN 0505018501**

Anggota Penguji 2



**(Megawati Syahril, S.E., MBA)**  
**NIDN 0505018501**

**Ketua Program Studi Manajemen**



**(Murwani Eko Astuti, S.E., MBA)**  
**NIP 2018.13.0130**

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, adalah Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta,

Nama : Nurlyta Hidiasti  
NPM : 182304025  
Program Studi : Manajemen (S-1)  
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Loyalty*, Dan *Brand Image* Terhadap *Brand Equity* Sepatu Converse Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

Menyatakan bahwa hasil penelitian dengan judul tersebut di atas adalah asli karya saya sendiri dan bukan hasil plagiarisme. Semua referensi dan sumber terkait yang dikutip dalam karya ilmiah ini telah ditulis sesuai kaidah penulisan ilmiah yang berlaku. Dengan ini, saya menyatakan untuk menyerahkan hak cipta penelitian kepada Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta guna kepentingan ilmiah.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari pihak mana pun. Apabila terdapat kekeliruan atau ditemukan adanya pelanggaran akademik di kemudian hari, maka saya bersedia menerima konsekuensi yang berlaku sesuai ketentuan akademik.

Yogyakarta, 23 Agustus 2022



Nurlyta Hidiasti

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT karena atas berkah dan limpahan rahmat-Nyalah Penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Awareness, Brand Loyalty Dan Brand Image Terhadap Brand Equity Sepatu Converse Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta*” ini dengan baik. Skripsi ini disusun guna memenuhi syarat dalam menyelesaikan pendidikan program strata satu (S1) pada program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.

Dalam penulisan proposal ditemui beberapa kesulitan, namun berkat bantuan, motivasi, bimbingan, dan doa dari berbagai pihak maka skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. oleh karena itu, tidak berlebihan apabila dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Drs. Djoko Susilo ., ST., MT., selaku Rektor Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.
2. Bapak Edi Tri Cahyono, S.Si., M.M., selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.
3. Ibu Murwani Eko Astuti, S.E., MBA. Selaku Ketua Prodi Manajemen S1 Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.
4. Ibu Krisna Mutiarawati, S.E., M.Sc. Selaku Dosen Pembimbing Akademik Prodi Manajemen S1 Universitas Jenderal Acmad Yani Yogyakarta.

5. Ibu Megawati Syahril, S.E., MBA. selaku pembimbing yang selalu memberikan arahan dan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan proposal ini.
6. Kedua orang tua penulis, Bapak Suyadi Al Maryono serta Ibu Nur Hidayati serta adik penulis Maulana Helga Alvaro yang senantiasa memberikan dukungan berupa moril maupun materi serta doa yang tiada henti untuk keberhasilan penulis.
7. Teman-teman Manajemen angkatan 2018 Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dan memberi dukungan supaya skripsi ini selesai.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan yang terdapat dalam penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak yang berkepentingan.

Yogyakarta, Agustus 2022

Nurlyta Hidiasti

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENEGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERNNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
INTISARI.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	9
1.3    Tujuan Penelitian.....	11
1.4    Manfaat Penelitian.....	12
1.5    Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1    Landasan Teori .....	13
2.1.1 <i>Brand</i> .....	13
2.1.2 <i>Brand Awareness</i> .....	14
2.1.3 <i>Brand Loyalty</i> .....	17

2.1.4	<i>Brand Image</i> .....	19
2.1.5	<i>Brand Equity</i> .....	21
2.2	Penelitian Terdahulu .....	23
2.3.	Kerangka Berpikir .....	28
2.4.	Perumusan Hipotesis .....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....		32
3.1	Desain Penelitian .....	32
3.2	Tempat dan Waktu Penelitian .....	32
3.2.1	Tempat Penelitian .....	32
3.2.2	Waktu Penelitian.....	33
3.3	Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	33
3.4	Populasi dan Sampel .....	35
3.4.1	Populasi.....	35
3.4.2	Sampel .....	36
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	37
3.6	Teknik Analisis Data .....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		43
4.1	Deskripsi Data .....	43
4.1.1	Karakteristik Responden.....	44
4.1.2	Analisis Deskriptif .....	46
4.3	Pembahasan .....	64
4.3.1	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap <i>Brand Equity</i> .....	64
4.3.2	Pengaruh <i>Brand Loyalty</i> terhadap <i>Brand Equity</i> .....	65

4.3.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Brand Equity</i> .....	66
4.3.4 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> , <i>Brand Loyalty</i> dan <i>Brand Image</i> terhadap <i>Brand Equity</i> .....	68
BAB V KESIMPULAN .....	69
5.1 Simpulan.....	69
5.2 Rekomendasi .....	71
DAFTAR PUSTAKA .....	73
LAMPIRAN.....	75

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANITYOGYAKARTA  
PERPUSTAKAAN



## DAFTAR TABEL

TABEL 1. 1 TOP BRAND INDEX SEPATU TAHUN 2015 SAMPAI 2020.....	4
TABEL 2. 1 PENELITIAN TERDAHULU .....	23
TABEL 3. 1 JADWAL PENELITIAN .....	33
TABEL 3. 2 DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL .....	34
TABEL 3. 3 TINGKATAN PERSETUJUAN SKALA LIKERT .....	38
TABEL 4. 1 TAFSIRAN NILAI RATA-RATA .....	47
TABEL 4. 2 VARIABEL <i>BRAND AWARENESS</i> .....	47
TABEL 4. 3 VARIABEL <i>BRAND LOYALTY</i> .....	48
TABEL 4. 4 VARIABEL <i>BRAND IMAGE</i> .....	49
TABEL 4. 5 VARIABEL <i>BRAND EQUITY</i> .....	50
TABEL 4. 6 HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL <i>BRAND AWARENESS</i> (X1)	51
TABEL 4. 7 HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL <i>BRAND LOYALTY</i> (X2).....	52
TABEL 4. 8 HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL <i>BRAND IMAGE</i> (X3).....	52
TABEL 4. 9 HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL <i>BRAND EQUITY</i> (Y) .....	53
TABEL 4. 10 UJI RELIABILITAS .....	54
TABEL 4. 11 HASIL KOLMOGOROV - SMIRNOV TEST .....	55
TABEL 4. 12 HASIL UJI MULTIKOLINEARITAS .....	57
TABEL 4. 13 RANGKUMAN HASIL ANALISIS LINIER BERGANDA.....	59
TABEL 4. 14 HASIL UJI T .....	60
TABEL 4. 15 HASIL UJI F .....	62
TABEL 4. 16 KOEFISIEN DETERMINASI ( $R^2$ ) .....	63

## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1. 1 SEPATU CONVERSE MILKSTONE.....	3
GAMBAR 2. 1 PIRAMIDA <i>BRAND AWARENESS</i> .....	15
GAMBAR 4. 1 LOGO CONVERSE.....	43
GAMBAR 4. 2 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN PROGRAM STUDI.....	44
GAMBAR 4. 3 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN TAHUN ANGKATAN.....	45
GAMBAR 4. 4 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN.....	46
GAMBAR 4. 5 HASIL UJI NORMALITAS DATA METODE GRAFIK HISTOGRAM.....	55
GAMBAR 4. 6 NORMAL PROBABILITY PLOT .....	56
GAMBAR 4. 7 HASIL UJI HETEROSKEDASTISITAS .....	58

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN .....	75
LAMPIRAN 2 JAWABAN KARAKTERISTIK RESPONDEN.....	82
LAMPIRAN 3 JAWABAN RESPONDEN TERHADAP VARIABEL <i>BRAND AWARENESS</i> DAN <i>BRAND LOYALTY</i> .....	86
LAMPIRAN 4 JAWABAN RESPONDEN TERHADAP VARIABEL <i>BRAND IMAGE</i> DAN <i>BRAND EQUITY</i> .....	90
LAMPIRAN 5 OUTPUT SPSS .....	95
LAMPIRAN 6 T TABEL .....	104
LAMPIRAN 7 F TABEL .....	105
LAMPIRAN 8 R TABEL .....	107
LAMPIRAN 9 SURAT IJIN PENELITIAN .....	109
LAMPIRAN 10 JADWAL PENELITIAN.....	110
LAMPIRAN 11 KARTU BIMBINGAN.....	111
LAMPIRAN 12 BUKTI CEK PLAGIARISME/LITERASI.....	112