

SKRIPSI

**PENGARUH ASOSIASI MEREK, KESETIAAN
MEREK, KESADARAN MEREK, DAN CITRA
MEREK TERHADAP EKUITAS MEREK
SMARTPHONE ASUS ROG DI JAKARTA**



DIAJUKAN OLEH:

NAMA : DANNY SURYA

NIM : 115160065

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT- SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Danny Surya Putra

NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115160065

Program Studi : S1 Manajemen



Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 13 July 2020



Danny Surya Putra

Nama Lengkap Mahasiswa

Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : DANNY SURYA PUTRA
NO. MAHASISWA : 115160065
JURUSAN : S-1/ MANAJEMEN
BIDANG KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH ASOSIASI MEREK, KESETIAAN
MEREK, KESADARAN MEREK, DAN CITRA
MEREK TERHADAP EKUITAS MEREK
SMARTPHONE ASUS ROG DI JAKARTA

Jakarta, 30 July 2020
Pembimbing,



(Prof. Dr. Ir. Carunia Mulya Firdausy, M.A.)

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Danny Surya Putra
NIM : 115160065
Program Studi : S-1 / Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Judul Skripsi

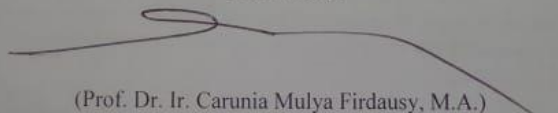
PENGARUH ASOSIASI MEREK, KESETIAAN MEREK, KESADARAN
MEREK, DAN CITRA MEREK TERHADAP EKUITAS MEREK
SMARTPHONE ASUS ROG DI JAKARTA

Telah diuji pada Ujian Skripsi pada tanggal 21 Juli 2020 dan dinyatakan lulus,
dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua : Dr. INDRA WIDJAJA, SE., MM
2. Anggota : Prof. Dr. Ir. CARUNIA MULYA FIRDAUSY, M.A
Anggota : LOUIS UTAMA, SE., MM

Jakarta, Juli 2020

Pembimbing


(Prof. Dr. Ir. Carunia Mulya Firdausy, M.A.)

ABSTRACT

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA**

- (A) DANNY SURYA PUTRA (115160065)
- (B) PENGARUH ASOSIASI MEREK, KESETIAAN MEREK, KESADARAN MEREK, DAN CITRA MEREK TERHADAP EKUITAS MEREK *SMARTPHONE* ASUS ROG DI JAKARTA
- (C) XV+77 hlm, 2020, tabel 28, gambar 13, lampiran 3
- (D) MANAJEMEN PEMASARAN
- (E) *Abstract: The purpose of this study was to determine the effects of brand association, brand loyalty, brand awareness, and brand image on brand equity of the Asus ROG smartphone. The sampling technique is done by using non-probability sampling method. The instrument used to collect the data was by using questionnaire. This questionnaire was distributed to 100 respondents in Jakarta, the users of Asus ROG smartphone. The method to analyse the data was by applying PLS SEM. The results of this study indicate that brand loyalty, brand awareness, and brand image have significant effects on brand equity of the users of Asus ROG. Whereas brand associations has no significant effect on brand equity of the users of Asus ROG.*
- (F) Daftar acuan 1991-2017
- (G) Prof. Dr. Ir. Carunia Mulya Firdausy, M.A.

ABSTRAK

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA**

- (A) DANNY SURYA PUTRA (115160065)
- (B) PENGARUH ASOSIASI MEREK, KESETIAAN MEREK, KESADARAN MEREK, DAN CITRA MEREK TERHADAP EKUITAS MEREK *SMARTPHONE* ASUS ROG DI JAKARTA
- (C) XV+77 hlm, 2020, tabel 28, gambar 13, lampiran 3
- (D) MANAJEMEN PEMASARAN
- (E) Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh asosiasi merek, kesetiaan merek, kesadaran merek, dan citra merek terhadap ekuitas merek pada *smartphone* Asus ROG. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling*. Instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah dengan menggunakan kuesioner. Kuisisioner ini dibagikan kepada 100 responden di Jakarta, pengguna *smartphone* Asus ROG. Metode untuk menganalisis data adalah dengan menerapkan PLS SEM. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa loyalitas merek, kesadaran merek, dan citra merek memiliki pengaruh signifikan terhadap ekuitas merek para pengguna Asus ROG. Sedangkan asosiasi merek tidak berpengaruh signifikan terhadap ekuitas merek para pengguna Asus ROG.
- (F) Daftar acuan 1991-2017
- (G) Prof. Dr. Ir Carunia Mulya Firdausy, M.A.