

**PERAN EKUITAS MEREK DAN KUALITAS PRODUK  
DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN  
BATIK YOGA ART DI KOTA SEMARANG**

**PROPOSAL**



**Diajukan untuk memenuhi persyaratan penulisan Skripsi  
Program Studi Manajemen Program Sarjana**

**Oleh :**

**RACHMAH DEWI LARASATIE**

**NPM : 231003612012712**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SEMARANG**

**2025**

## **PENGESAHAN PROPOSAL**

### **PERAN EKUITAS MEREK DAN KUALITAS PRODUK DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN BATIK YOGA ART DI KOTA SEMARANG**

Dipersiapkan dan disusun oleh ;

**RACHMAH DEWI LARASATIE**  
**NPM 2310033612012712**

Telah disetujui pembimbing  
pada tanggal

Penguji 1

Pembimbing

(Drs. Galuh Juniarto, MM)

Penguji 2

(Prof. Dr. Susetyo Darmanto, S.T., S.E., M.M.)

(Amsar, SH, MM.)

Semarang,      Februari 2025  
Fakultas Ekonomika dan Bisnis  
Universitas 17 Agustus 1945 Semarang  
Ketua Program Studi Manajemen

Drs. Galuh Juniarto, SE, MM

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas karunia-Nya sehingga dapat terselesaikannya proposal skripsi saya dengan judul Peran Ekuitas Merek Dan Kualitas Produk Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Batik Yoga Art di Kota Semarang

Atas terselesaikannya proposal skripsi ini, kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam pembuatan tesis ini, terutama untuk :

1. Dra. Nurchayati, SE, MM, Ak. CA selaku Dekan FEB Untag Semarang
2. Drs. Galuh Juniarto, MM selaku Kaprodi Manajemen FEB Untag Semarang
3. Prof. Dr. Susetyo Darmanto, ST, SE, MM sebagai pembimbing skripsi
4. Drs. Galuh Juniarto, MM dan Amsar, SH, MM selaku penguji skripsi
5. Kepala Dinas Dinas Perdagangan dan Perindustrian Pemerintah Provinsi Jawa Tengah
6. Para responden yang ingin berpartisipasi dalam survei penelitian ini.
7. Semua pihak yang telah membantu yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu dalam tesis ini

Penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini masih memiliki beberapa kekurangan, untuk itu saran dan kritik yang membangun akan bermanfaat demi sempurnanya proposal skripsi ini.

Semarang, Februari 2025

Rachmah Dewi Larasatie

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*Amalan yang lebih dicintai Allah adalah amalan yang terus menerus dilakukan walaupun sedikit.”*

*(Nabi Muhammad SAW)*

*Ilmu pengetahuan itu bukanlah yang dihafal, melainkan yang memberi manfaat.”*

*(Imam Syafi'i)*

*Skripsi ini saya persembahkan kepada:*

- 1. Suami dan anak-anak tercinta, yang selalu memberikan doa dan kasih sayang serta menjadi semangat bagi penulis, semoga hasil ini akan menjadi kebahagiaan dan kebanggaan bagi mereka.*
- 2. Seluruh keluarga besar yang selalu memberikan doa dan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.*
- 3. Rekan-rekan kerja di Dinas Perdagangan dan Perindustrian Pemerintah Provinsi Jawa Tengah*
- 4. Seluruh teman-teman seperjuangan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNTAG Semarang.*
- 5. Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNTAG Semarang*
- 6. Seluruh pihak yang telah membantu terselesainya skripsi ini*

Judul : Peran Ekuitas Merek Dan Kualitas Produk Dalam Meningkatkan  
Loyalitas Pelanggan Batik Yoga Art di Kota Semarang  
Title : *The Role of Brand Equity and Product Quality in Increasing Customer  
Loyalty of Batik Yoga Art in Semarang*  
Nama : Rachmah Dewi Larasatie  
NPM : 2310033612012712

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ekuitas merk dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Batik Yoga Art di Kota Semarang. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan batik yoga art di Kota Semarang, ukuran jumlah sampel adalah 100 responden, dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah kuota dan incidental sampling. Sumber data yang digunakan adalah data primer, dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian yang diperoleh dari analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa ekuitas merek dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Nilai koefisien determinasi dengan adjusted  $R^2$  sebesar 0,449 artinya ekuitas merek dan kualitas produk dapat menjelaskan loyalitas pelanggan sebesar 44,9%, sedangkan 55,1% dipengaruhi oleh variable lain

Kata Kunci : ekuitas merek, kualitas produk, loyalitas pelanggan

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO .....	iii
ABSTRAK .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	I-1
1.2. Rumusan Masalah .....	I-4
1.3. Pertanyaan Penelitian .....	I-5
1.4. Tujuan Penelitian .....	1-5
1.5. Manfaat Penelitian .....	I-5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Telaah Teori .....	II-1
2.1.1. Ekuitas Merek .....	II-1
2.1.2. Kualitas Produk .....	II-10
2.1.3. Loyalitas Pelanggan .....	II-14
2.2. Penelitian Terdahulu .....	II-15
2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis .....	II-16
2.3.1. Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Loyalitas Pelanggan	II-17
2.3.2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan .....	II-17

### BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Populasi dan Sampel .....	III-1
3.1.1. Populasi .....	III-1
3.1.2. Sampel .....	III-1
3.2. Definisi Operasional Variabel .....	III-2
3.3. Metode Pengumpulan Data .....	III-2
3.4. Pengujian Instrumen Penelitian .....	III-4
3.4.1. Uji Validitas .....	III-4
3.4.2. Uji Reliabilitas .....	III-5
3.5. Analisis Deskripsi dan Analisis Hasil Penelitian.....	III-6
3.5.1. Deskripsi Hasil Penelitian .....	III-6
3.5.2. Analisis Hasil Penelitian .....	III-6

### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Hasil Penelitian .....	IV-1
4.1.1. Deskripsi Responden Penelitian .....	IV-1
4.1.1.1. Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	IV-1
4.1.1.2. Responden berdasarkan Usia .....	IV-2
4.1.1.3. Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	IV-2
4.1.1.4. Responden berdasarkan Pekerjaan .....	IV-2
4.1.2. Analisis Deskripsi Variabel .....	IV-3
4.1.2.1. Variabel Ekuitas Merek .....	IV-3
4.1.2.2. Variabel Kualitas Produk .....	IV-5
4.1.2.3. Variabel Loyalitas Pelanggan.....	IV-6
4.2. Analisis Inferensial .....	IV-8
4.2.1. Analisis Regresi Linier Berganda .....	IV-8
4.2.2. Uji Normalitas .....	IV-9
4.2.3. Uji Asumsi Klasik .....	IV-10
4.2.3.1. Uji Multikolinieritas .....	IV-10
4.2.3.2. Uji Heteroskedastisitas .....	IV-11
4.2.4. Uji Goodness Of Fit .....	IV-12
4.2.4.1. Koefisien Determinasi .....	IV-12

4.2.4.2. Uji Statistik F .....	IV-13
4.2.5. Uji Hipotesis .....	IV-13
4.3. Pembahasan .....	IV-15
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1. Simpulan .....	V-1
5.2. Saran .....	V-2
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	