



**ANALISIS *BRAND EQUITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*
PADA SPBU DI JAKARTA**

TESIS

IMAM ARIF FIKRI 2110122048

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM MAGISTER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2023**

Imam Arif Fikri
2110122048

Analisis Brand Equity Terhadap Customer Loyalty
Pada SPBU Di Jakarta



Magister Manajemen
FEB UPNVJ
2023



**ANALISIS *BRAND EQUITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*
PADA SPBU DI JAKARTA**

TESIS

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Magister Manajemen

IMAM ARIF FIKRI 2110122048

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM MAGISTER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2023**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Tesis ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Imam Arif Fikri

NIM : 2110122048

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 9 Januari 2023

Yang menyatakan,



(Imam Arif Fikri)
NIM. 2110122048

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Imam Arif Fikri
NIM : 2110122048
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Magister Manajemen
Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

***Analisis Brand Equity Terhadap Customer Loyalty
Pada SPBU Di Jakarta***

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 9 Januari 2023

Yang menyatakan,



(Imam Arif Fikri)
NIM. 2110122048

TESIS

ANALISIS BRAND EQUITY TERHADAP CUSTOMER
LOYALTY PADA SPBU DI JAKARTA

Dipersiapkan dan disusun oleh:

IMAM ARIF FIKRI 2110122048

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 09 Januari 2023
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Dr. Prasetyo Hadi, SE., MM., CFMP.
Ketua Penguji

Dr. Alfatih Sikki Manggabarani, SE.M.Si.
Penguji 1

Dr. Desmintari, S.E.,M.M.
Penguji 2



Dr. Dianwicakasih Arieffiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS.
Dekan

Dr. Yudi Nur Supriadi, S.Sos.I., M.M., CRA, CRP, CMA.
Ketua Pogram Studi

Di sahkan di : Jakarta

Pada tanggal :

Brand Equity Analysis of Customer Loyalty SPBU In Jakarta

By Imam Arif Fikri, S.M

Abstract

This research is quantitative study that aims to compare brand equity, and customer loyalty in Pertamina companies in the Jakarta area. This research used 100 respondents as a sample with purposive sampling method. The analysis technique in this study uses the SmartPLS. The results of this study indicate that : (1) brand awareness Pertamina has no effect on customer loyalty (2) brand association Pertamina has an effect on customer loyalty (3) perceived quality Pertamina has no effect on customer loyalty (4) brand loyalty Pertamina has an effect on customer loyalty.

Keywords: *Brand Equity; Brand Awereness; Brand Association; Perceived Quality; Brand Loyalty; Cusomer Loyalty*

**Analisis *Brand Equity* Terhadap *Customer Loyalty*
Pada Spbu Di Jakarta**

Oleh Imam Arif Fikri, S.M

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk membandingkan ekuitas merek, dan loyalitas pelanggan pada perusahaan Pertamina di wilayah Jakarta. Penelitian ini menggunakan 100 responden sebagai sampel dengan metode purposive sampling. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan SmartPLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) brand awareness Pertamina tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (2) asosiasi merek Pertamina berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (3) persepsi kualitas Pertamina tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (4) loyalitas merek Pertamina berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: *Brand Equity; Brand Awereness; Brand Association; Perceived Quality; Brand Loyalty; Cusomer Loyalty*



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN TESIS SEMESTER GANJIL TA. 2022/2023

Hari ini Rabu , tanggal 25 Januari 2023, telah dilaksanakan Ujian Tesis bagi mahasiswa :

Nama : Imam Arif Fikri

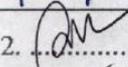
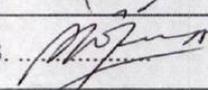
No.Pokok Mahasiswa : 2110122048

Program : Manajemen S.2

Dengan judul tesis sebagai berikut :

Analisa Brand Equity Terhadap Customer Loyalty Antara Pertamina Dan Shell Di Jakarta
Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus **)

Penguji

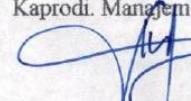
No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP	Ketua	1. 
2	Dr. Dianwicakasih Arieftiara, S.E., Ak.,M.Ak.,CA.	Anggota I	2. 
3	Dr. Miguna Astuti, S.Si, MM.,CPM	Anggota II **)	3. 

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 25 Januari 2023
Mengesahkan
A.n. DEKAN
Kaprod. Manajemen S.2


Dr. Yudi Nur Supriadi, S.Sos.I,
M.M.

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, Allah swt., karena atas berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga proposal penelitian tesis ini yang berjudul “Analisis Brand Equity Terhadap Customer Loyalty antara Pertamina dan Shell di Jakarta.” dapat diselesaikan.

Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa terimakasih kepada pihak akademisi, Ibu Dr. Dianwicakasih Ariefiara, S.E., Ak., M.Ak.,CA.,CPRS. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Serta Bapak Dr. Yudi Nur Supriadi, S.Sos.I.,MM. selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen. Tidak lupa pula penulis mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada Ibu Dr. Alfatih S. Manggabarani, SE,M.Si. dan Ibu Dr. Desmintari, S.E.,M.M. Selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan serta masukan untuk menyempurnakan penulisan proposal ini.

Selanjutnya, peneliti juga mengucapkan banyak rasa terimakasih kepada Ibu tersayang Endang Sukmawati dan Akip Luki Lesmana,S.E, sebagai orangtua dari penulis, yang telah memberikan do'a serta dukungan moral maupun material yang berupa fasilitas untuk membantu dalam menyelesaikan proposal ini. Penulis juga menyampaikan terimakasih kepada Annisa Nur Rahmah selaku kakak penulis tercinta, serta seorang hamba allah dengan NIM 11171040000001, 41211095000055 yang sabar menemani penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Serta Terimakasih banyak, penulis ucapkan kepada para Habaib, Kiai, serta para Ustadz, maupun alim ulama yang penulis tidak bisa sebutkan satu persatu yang telah mendoakan dan memberikan saran dan masukan dalam pengerjaan dalam penulisan ini.

Akhir kata, penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya apabila terdapat ketidak sempurnaan dalam penulisan proposal ini. Penulis juga menerima kritik dan saran dari pembaca sebagai masukan untuk penulis di masa yang akan datang. Semoga proposal tesis ini dapat bermanfaat bagi kita semua, terimakasih.

Jakarta, 25 Januari 2023

Imam Arif Fikri, S.M., M.M.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	III
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS.....	IV
TESIS	V
<i>Abstract</i>	VI
Abstrak	VII
BAC	VIII
PRAKATA	IX
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	5
I.3 Tujuan Penelitian	5
I.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II	8
TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL PENELITIAN	8
II.1 Telaah Pustaka	8
II.2 Penelitian yang Relevan	18
II.3 Model Penelitian Empirik	23
II.4 Hipotesis	25
BAB III	27
METODOLOGI PENELITIAN	27
III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	27
III.2 Populasi dan Sampel	28
III.3 Teknik Pengumpulan Data	30
III.4 Teknik Analisis Data	31
III.5 Uji Analisis Statistik Inferensial	33
BAB IV	46
HASIL DAN PEMBAHASAN	46

IV.1 Deskripsi Obyek Penelitian	46
IV.2 Deskripsi Data Penelitian	47
IV.3 Uji Hipotesis dan Analisis.....	51
IV.4 Uji Koefisien Determinan (R-Square).....	57
IV.5 Pembahasan	59
BAB V	63
PENUTUP	63
V.1 Simpulan.....	63
V.2 Keterbatasan penelitian	63
V.3 Saran	64
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN	69
RIWAYAT HIDUP.....	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor.....	2
Tabel 2. Sebaran SPBU diIndonesia	3
Tabel 3. Hasil Penelitian Terdahulu	22
Tabel 4. Pengukuran Variabel.....	28
Tabel 5. Pilihan Jawaban Skala Likert (Pertanyaan Positif)	31
Tabel 6. Peringkat Jawaban Kuesioner.....	32
Tabel 7. Deskriptif brand Awareness Pertamina.....	49
Tabel 8. Deskriptif Brand Association Pertamina.....	49
Tabel 9. Deskriptif Perceived Quality Pertamina.....	50
Tabel 10. Deskriptif Brand Loyalty Pertamina	50
Tabel 11. Deskriptif Customer Loyalty Pertamina	51
Tabel 12. Nilai Outer Loading.....	53
Tabel 13. Nilai Cross Loading	54
Tabel 14. Nilai AVE.....	55
Tabel 15. Composite Reliability.....	55
Tabel 16. Cronbach Alpha	56
Tabel 17. Rsquare	57
Tabel 18. <i>Path Coeficient</i>	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Konsumsi BBM.....	1
Gambar 2. Elemen <i>Brand Equity</i>.....	10
Gambar 3. Piramida Brand Awareness	11
Gambar 4. Nilai Dari Kesan Kualitas.....	15
Gambar 5. Piramida Loyalitas Merek.....	16
Gambar 6. Model Penelitian Empirik	25
Gambar 7. Langkah-Langkah Pls.....	34
Gambar 8. Diagram Jalur PLS	35
Gambar 9. Jenis Kelamin Responden.....	47
Gambar 10. Responden Berdasarkan Usia	48
Gambar 11. Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
Gambar 12. Diagram Outer Model.....	52
Gambar 13. Diagram Outer Model.....	57
Gambar 14. Diagram Inner Model	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	69
----------------------------	----