

**HUBUNGAN ANTARA EKUITAS MEREK DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN MCDONALDS PADA WARGA RW 011
KELURAHAN JATIRAHAYU KECAMATAN PONDOK MELATI
DI BEKASI**

WITRI ASTRINI

8135108173



**Skripsi Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA NIAGA

JURUSAN EKONOMI DAN ADMINISTRASI

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2015

**THE CORRELATION BETWEEN BRAND EQUITY WITH
CUSTOMER SATISFACTION MCDONALDS ON THE
RESIDENT OF RW 011 ON KELURAHAN JATIRAHAYU
KECAMATAN PONDOK MELATI IN BEKASI**

WITRI ASTRINI

8135108173



**Skripsi is Written as Part of Bachelor Degree in Education Accomplishment of
Faculty of Economic at State University Of Jakarta**

STUDY PROGRAM OF COMMERCE EDUCATION

DEPARTMENT OF ECONOMICS AND ADMINISTRATION

FACULTY OF ECONOMIC

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2015

ABSTRAK

WITRI ASTRINI. Hubungan Antara Ekuitas Merek Dengan Kepuasan Pelanggan McDonald's pada RW 011 Kelurahan Jatirahayu Kecamatan Pondok Melati Bekasi. Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Ekonomi dan Administrasi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Januari 2014.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui hubungan yang positif antara ekuitas merek dengan kepuasan pelanggan McDonald's pada RW 011 Kelurahan Jatirahayu Kecamatan Pondok Melati Bekasi. Penelitian ini dilakukan di RW 011 Kelurahan Jatirahayu Kecamatan Pondok Melati, Bekasi. Selama empat bulan terhitung sejak Oktober 2014 sampai dengan Januari 2014. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey dengan pendekatan korelasional. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh warga RW 011 Kelurahan Jatirahayu Kecamatan Pondok Melati, Bekasi. Populasi terjangkaunya adalah warga RT 04 RW 011 Kelurahan Jatirahayu Kecamatan Pondok Melati, Bekasi sebanyak 45 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik acak sederhana sebanyak 30 orang. Untuk menjaring data dari kedua variabel digunakan kuesioner model skala likert untuk Ekuitas Merek (Variabel X) dan Kepuasan Pelanggan (Variabel Y). Sebelum instrument ini digunakan dilakukan uji validitas untuk kedua variabel. Untuk variabel X, dari 40 butir pernyataan setelah divalidasi terdapat tujuh butir pernyataan yang drop, sedangkan yang memenuhi kriteria atau valid terdiri dari 33 butir pernyataan. Untuk variabel Y, dari 31 butir pernyataan setelah divalidasi terdapat 5 butir pernyataan yang drop, sedangkan yang memenuhi kriteria atau valid terdiri dari 26 butir pernyataan. Perhitungan reliabilitas kedua variabel itu menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. Hasil reliabilitas variabel X sebesar 0,927 dan hasil reliabilitas variabel Y sebesar 0,918. Hasil ini membuktikan bahwa instrument tersebut *reliable*. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah $\hat{Y} = 31,92 + 0,56 X$. Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas galat taksiran regresi Y atas X dengan uji liliefors menghasilkan $L_{hitung} = 0,0804$, sedangkan L_{tabel} untuk $n = 40$ pada taraf signifikan 0,05 adalah 0,140. Karena $L_{hitung} < L_{tabel}$ maka galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal. Uji linearitas regresi menghasilkan $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu $22,57 > 4,10$, artinya persamaan regresi tersebut signifikan. Koefisien korelasi *Product Moment* dari Pearson menghasilkan $r_{xy} = 0,610$, selanjutnya dilakukan uji keberartian koefisien korelasi dengan menggunakan uji t dan dihasilkan $t_{hitung} = 4,750$ dan $t_{tabel} = 1,68$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi $r_{xy} = 0,3726$ adalah signifikan. Koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 37,26% yang menunjukkan bahwa 37,26 % variasi kepuasan pelanggan ditentukan oleh ekuitas merek.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Ekuitas Merek

ABSTRACT

WITRI ASTRINI. *The Correlation Between Brand Equity With Customer Satisfaction McDonalds On The Resident Of RW 011 Kelurahan Jatirahayu Kecamatan Pondok Melati in Bekasi. Commerce Education Studies Program, Department of Economics and Administration, Faculty of Economics, State University of Jakarta, January 2015.*

The purpose of this study to determine a positive relationship between brand equity to customer satisfaction McDonalds on RW 011 Kelurahan Jatirahayu Kecamatan Pondok Melati in Bekasi. This research was conducted in RW 011 Kelurahan Jatirahayu Kecamatan Pondok Gede in Bekasi. For four months, starting from November 2014 until January 2015. Research method is a survey method with the correlation approach. The population in this study were all residents of RW 011 Kelurahan Jatirahayu Kecamatan Pondok Melati in Bekasi. Population inaccessibility is a resident of RT 04 RW 011 Kelurahan Jatirahayu Kecamatan Podnok Melati in Bekasi, as many as 45 people. The sampling technique used is simple random technique as many as 30 people.

To capture the data from the two variables used questionnaire Likert scale model for Brand Equity (Variable X) and Customer Satisfaction (Variable Y). before this instrument is used to test the validity of these two variables. For a variable X, of 40 validated the statement after the statement that there are seven drop, while meeting the criteria or valid statement consist of 33 items. For variable Y, of 31 validated the statement after the statement that there are 6 drop, while meeting the criteria or invalid consist of 26 framed items. The calculation of the reliability of both variables using Cronbach Alpha Formula. The results of the X variable reliability of 0,927 and Y variable reliability result by 0,918. This result proved that the instrument is reliable.

The resulting regression equation is $\hat{Y} = 31,92 + 0,56 X$ Test requirements analysis is the normality test on the estimated regression error Y over X with Liliefors generate test $L_{hitung} = 0,0804$, whereas for n L_{table} 40 at significance level of 0,05 was 0,140. Because $L_{hitung} < L_{table}$ the estimated regression error Y over X is normally distributed.

Testing linearity of regression produces $F_{hitung} > F_{table}$, is $22,57 > 4,10$, meaning that the regression equation significantly. The correlation coefficient of pearson product moment generating $r_{xy} = 0,610$, then test the significance of the correlation coefficient using the t test and the result of $t_{hitung} = 4,750$ and $t_{table} = 1,68$. It can be concluded that the correlation coefficient $r_{xy} = 0,3726$ is significant. The coefficient of determination obtained for 37,26% which indicates that the variation customer satisfaction is determined by brand equity.

Keywords : *Customer Satisfaction, Brand Equity*

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi



Drs. Dedi Purwana ES, M.Bus

NIP. 196712071992031001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dra. Tjutju Fatimah, M. Si</u> NIP. 195311171982032002	Ketua		
2. <u>Rina Parlyna, MBA</u> NIP.197701112008122003	Sekretaris		
3. <u>Dra.Nurahma Hajat, M.Si</u> NIP. 195310021985032001	Penguji Ahli		
4. <u>Setyo Ferry Wibowo, S.E., M.Si</u> NIP. 197206171999031001	Pembimbing I		
5. <u>Dr. Corry Yohana, M.M</u> NIP. 195909181985032011	Pembimbing II		

Tanggal Lulus : 28 Januari 2015

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Januari 2015
Yang membuat pernyataan



Witri Astrini
No Reg. 8135108173

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Sesungguhnya ilmu pengetahuan menempatkan orang nya kepada kedudukan terhormat dan mulia (tinggi) . Ilmu pengetahuan adalah keindahan bagi ahlinya di dunia dan di akhirat “ (H.R Ar- Rabi’).

“Segala ilmu pengetahuan tidak lebih dari kemurnian berpikir setiap hari”(Albert Einstein).

“SUKSES ADALAH BERJALAN DARI SATU KEGAGALAN KE KEGAGALAN YANG LAIN, TANPA KITA KEHILANGAN SEMANGAT”(ABRAHAM LINCOLN)

Tidak ada keberhasilan yang bisa didapat tanpa Do’a, kerja keras, dan pengorbanan. Dengan mengucapkan syukur kepada ALLAH SWT, Saya persembahkan skripsi ini untuk Ibu dan Bapak tercinta serta orang-orang terkasih, yang telah memberikan segalanya tanpa kurang satu hal pun. Terima kasih untuk semuanya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat ALLAH SWT atas berkah rahmat dan hidayah-Nya serta izin-Nya lah maka skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Skripsi ini disusun untuk melengkapi dan memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan pada Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Ekonomi dan Administrasi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Dalam menyelesaikan skripsi ini peneliti mendapatkan bimbingan, bantuan dan saran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Setyo Ferry Wibowo, S.E,M.Si selaku dosen pembimbing I yang banyak berperan memberikan bimbingan, dan saran yang sangat membangun dan berguna bagi penulisan skripsi ini.
2. Dr.Corry Yohana,MM selaku dosen pembimbing II yang begitu luar biasa meluangkan waktu untuk selalu memberikan bimbingan yang tak kenal waktu sehingga membuat penulis termotivasi untuk selalu bersemangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Dra. Tjutju Fatimah,M.Si selaku ketua Ketua Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Ekonomi dan Administrasi, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Drs. Nurdin Hidayat, MM.,M.Si selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Administrasi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
5. Drs. Dedi Purwana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
6. Dientje Griandini selaku pembimbing akademik

7. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi, Jurusan Ekonomi dan Administrasi, khususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Tata Niaga yang telah memberikan bekal dan ilmu pengetahuannya.
8. Kepada kedua orang tua saya dan kaka serta adik saya tersayang yang telah memberikan dukungan penuh baik moril maupun materil.
9. Kepada warga RW 011 Kelurahan Jatirahayu Kecamatan Pondok Melati Bekasi yang Telah memberikan kesempatan bagi peneliti untuk melakukan penelitian.
10. Kepada para sahabat tercinta dan seperjuangan Giusti Sulanjari, Nanda Windari, Ine Haryani, Esti Palupi, Marina Aprilliani, Febryan Muhammad, Secfam, seluruh teman-teman Pendidikan Tata Niaga dan teman teman lainnya yang selalu memberikan motivasi dan dukungan kepada peneliti dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Hal ini diakibatkan karena keterbatasan kemampuan peneliti. Sehubung dengan itu, peneliti sangat mengharapkan kritik membangun, saran dan masukan dari pembaca.

Jakarta, Januari 2015

Witri Astrini