

**PENGARUH CITRA MEREK DAN SIKAP MEREK
TERHADAP EKUITAS MEREK SEPATU CONVERSE
PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
PURWOKERTO**



SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S-1)**

Disusun Oleh :

IMAM BAYU KURNIAWAN

0502010075

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2010**

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Citra Merek dan Sikap Merek Terhadap Ekuitas Merek Sepatu *Converse*”. Bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan sikap terhadap ekuitas merek sepatu *Converse* pada mahasiswa di lingkup Universitas Muhammadiyah Purwokerto, serta untuk mengetahui pengaruh variabel yang dominan.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian *survey* dengan populasi pemakai sepatu *Converse* di lingkup Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel 100 responden. Alat analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Berganda dengan uji t dan uji elastisitas untuk menguji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap ekuitas merek Sepatu *Converse* (t hitung = 5,085 > t tabel = 1,984). Sikap merek berpengaruh signifikan terhadap ekuitas merek Sepatu *Converse* (t hitung = 3,381 > t tabel = 1,984). Citra merek berpengaruh paling dominan terhadap ekuitas merek ($E1 = 0,527 > E2 = 0,347$).

Kesimpulan penelitian ini adalah citra merek dan sikap merek berpengaruh signifikan terhadap ekuitas merek Sepatu *Converse* dengan variabel dominan adalah citra merek. Saran dalam penelitian ini adalah perusahaan harus berusaha memposisikan produknya agar mendapat kesan dan perhatian yang positif dari konsumen. Produsen harus menciptakan keunggulan produk dibandingkan pesaingnya dan menciptakan model yang disenangi oleh pasar.

Kata Kunci : Citra Merek, Sikap Merek, Ekuitas Merek