**KATA PENGANTAR**

Artinya :Hai orang-orang yang beriman, sukakah kamu aku tunjukkan suatu perniagaan yang dapat menyelamatkanmu dari azab yang pedih?(yaitu) kamu beriman kepada Allah dan RasulNya dan berjihad di jalan Allah dengan harta dan jiwamu. Itulah yang lebih baik bagimu, jika kamu mengetahui. Niscaya Allah akan mengampuni dosa-dosamu dan memasukkanmu ke dalam jannah yang mengalir di bawahnya sungai-sungai; dan (memasukkan kamu) ke tempat tinggal yang baik di dalam jannah 'Adn. Itulah keberuntungan yang besar.(Ash-Shaff 10-12)

Syukur Alhamdulillah penulisucapkankehadirat Allah SWT, yang telahmemberikanrahmatdanhidayahsertakaruniaNyakepadapenulishinggapenulisdapatmenyelesaikan proposal skripsiinidenganbaik. Adapunjudul proposal skripsiiniadalah :**“Pengaruh Citra MerekdanLoyalitasMerekTerhadap EkuitasMerekBuavita di KalanganMahasiswa UMN Al-Washliyah Medan”.**

Penulismenyadaribahwapenulisan proposal skripsiinimasihjauhdarikesempurnaanbaikdarisegiisimaupunteknispenulisannya, halinidisebabkankarenaketerbatasanpengetahuandanpengalaman yang dimiliki. Untukitupenulissangatmengharapkankritikandan saran dariBapak/Ibupembimbingserta para pembacasekalian demi perbaikandanpenyempurnaan proposal skripsiini. Padakesempataninidengansegalakerendahanhati, penulisinginmengucapkanterimakasihsebesar-besarnyakepadasemuapihak yang telahbanyakmembantudalampenulisan proposal skripsiini, terutamakepada :

1. BapakH.HardiMulyono, SE, M.AP, selakuRektorUniversitas Muslim Nusantara Al-Washliyah Medan
2. IbuShita Tiara, SE, Ak, M.Si, selakuDekanFakultasEkonomiUniversitas Muslim Nusantara Al-Washliyah Medan
3. BapakMustawapilBilahTumanggor, SE, MM, selakuKepala Program StudiManajemenUniversitas Muslim Nusantara Al-Washliyah Medan
4. IbuNurain, SE, M.Si, selakupembimbing I penulis yang telahmengarahkanpenulisdalampenyelesaian proposal skripsiini
5. BapakMuhammad HilmanFikri, SE, MM, selakuPembimbing II yang jugatelahmembimbingpenulis
6. BapakdanIbuDosen/staff pengajar di lingkunganFakultasEkonomiUniversitas Muslim Nusantara Al-Washliyah Medan
7. Teristimewapenulissampaikan rasa terimakasih yang dalamkepadakedua orang tuatercinta yang telahbersusahpayahmembesarkanpenulissejakkecilhinggadapatmenyelesaikanperkuliahan

Akhirnyapenulismengucapkanbanyakterimakasihkepadasemuapihak yang telahmemberikanmotivasikepadapenulis, semoga Allah SWT memberikanbalasan yang setimpal, dansemoga pro

**DAFTAR ISI**

KATA PENGANTAR i

DAFTAR ISI iii

DAFTARTABEL v

**BAB I PENDAHULUAN**

1.1.Latar Belakang Masalah 1

1.2. Idenifikasi Masalah 5

1.3. Batasan Masalah 6

1.4.Rumusan Masalah 6

1.5.Tujuan Penelitian 6

1.6 Manfaat Penelitian 7

1.7 Asumsi / AnggapanDasar 7

**BAB II LANDASAN TEORITIS**

2.1Citra Merek 9

2.1.1 Pengertian Citra Merek 9

2.1.2 Faktor Yang Mempengaruhi Citra Merek 10

2.1.3 Indikator Citra Merek 11

2.2. Loyalitas Merek 12

2.2.1 Pengertian Loyalitas Merek 12

2.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Merek 14

2.2.3 Indikator Loyalitas Merek 15

2.3. Ekuitas Merek 16

2.3.1. Pengertian Ekuitas Merek 16

2.3.2. Faktor Yang Mempengaruhi Ekuitas Merek 18

2.3.3. Indikator Ekuitas Merek 21

2.4 Kerangka Konsep 22

2.5 Hipotesis 24

2.4 Penelitian Terdahulu 25

**BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian 27

3.2 Jenis dan Sumber Data 28

3.3 Populasi dan Sampel 28

3.4 Teknik Pengumpulan Data 30

3.5 IdentifikasiVariabel 31

3.6 Defenisi Operasional Variabel 31

3.7 Uji Coba Instrumen Penelitian 34

3.8 Teknik Analisis Data 35

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Sejarah Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah Medan 38

4.1.1 Profil Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah Medan … 38

4.1.2 Visi, Misi dan Tujuan Universitas Muslim Nusantara Al-

Washliyah 39

4.1.3Arti dan Makna Lambang Universitas Muslim Nusantara

Al-Washliyah Medan 40

4.1.4Struktur Organisasi Universitas Muslim Nusantara

Al-Washliyah Medan 41

4.1.5 Tugas Pokok dan Uraian Tugas 44

4.2 Pembahasan Hasil Penelitian 54

4.2.1Deskripsi Hasil Penelitian 54

4.2.2 Karakteristik Responden 54

4.2.3Jawaban Responden Terhadap Variabel X1, X2 dan Y 57

4.2.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel X1

(Citra Merek) 57

4.2.3.2Tanggapan Responden Terhadap Variabel

X2 (Loyalitas Merek) 58

4.2.3.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Y (Ekuitas Merek) 60

4.3 Uji Coba Instrumen 62

4.3.1Uji Validitas 62

4.3.2Uji Reliabilitas 64

4.4Teknik Analisis Data 65

4.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda 65

4.4.2 Uji t (Parsial) 66

4.4.3 Uji F (Simultan) 68

4.4.4 Koefisien Determinasi (R²) 69

4.5 Pembahasan 70

4.5.1Pengaruh Citra Merek Terhadap Ekuitas Merek 70

4.5.2 Pengaruh Loyalitas Merek Terhadap Ekuitas Merek 70

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan 72

5.2 Saran 72

**DAFTAR PUSTAKA**

Lampiran

**DAFTAR TABEL**

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian 29

Tabel 3.2 Skor alternative jawaban 31

Tabel 3.3 Operasional Variabel 33

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 53

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Usia 53

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Menurut Tingkat Pendidikan 54

Tabel 4.4 Jawaban responden tentang variabel Citra Merek (X1) 55

Tabel 4.5 Jawaban responden tentang variabel Loyalitas Merek (X2) 56

Tabel 4.6 Jawaban responden tentang variabel Ekuitas Merek (Y) 58

Tabel 4.7 Uji Validitas Citra Merek 60

Tabel 4.8 Uji Validitas Loyalitas Merek 61

Tabel 4.9 Uji Validitas Ekuitas Merek 62

Tabel 4.10 Uji Reliabilitas 63

Tabel 4.11 Analisis Regresi Linear Berganda 64

Tabel 4.12 Uji t (Parsial) 65

Tabel 4.13 Uji F (Simultan) 66

Tabel 4.14 Model Summary 67