

**PENGARUH ATRIBUT MEREK DAN ADVOKASI MEREK  
TERHADAP EKUITAS MEREK PADA PELANGGAN SHOPEE  
DI JAKARTA UTARA**

**Diajukan Oleh**

**Nama :** Edward Carlos

**NIM :** 24170390

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**Agustus 2021**



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## PENGESAHAN

# **PENGARUH ATRIBUT MEREK DAN ADVOKASI MEREK TERHADAP EKUITAS MEREK PADA PELANGGAN SHOPEE DI JAKARTA UTARA**

**Diajukan Oleh**

**Nama** : Edward Carlos

**NIM** : 24170390

**Jakarta, 18 Agustus 2021**

**Disetujui Oleh :**

**Pembimbing,**



**(Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M.)**

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA 2021**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## ABSTRAK

Edward Carlos / 24170390 / 2021 / Pengaruh Atribut Merek dan Advokasi Merek Terhadap Ekuitas Merek pada Pelanggan Shopee di Jakarta Utara / Pembimbing : Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M.

Seiring perkembangan internet, kebutuhan dan keinginan masyarakat bisa di dapat serba instan dikarenakan gaya hidup masyarakat yang selalu ingin mencari sesuatu yang praktis dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Perkembangan internet memberikan dampak positif dalam perkembangan ekonomi global, yaitu dalam kecepatan dan kemudahan dalam melakukan interaksi global tanpa ada batasan tempat, jarak dan waktu. Dengan memanfaatkan internet pengusaha melakukan transaksi online yaitu Transaksi online, Transaksi secara online adalah transformasi modern dalam proses transaksi jual beli, berbeda dari transaksi jual beli tradisional yang biasa dilakukan, yang sebagaimana harus bertemu secara langsung apabila ingin melakukan transaksi. Kegiatan menjual dan membeli suatu barang dan jasa melalui internet yang sudah tidak asing lagi yaitu menggunakan *marketplace*. *Marketplace* merupakan model bisnis baru yang berkembang seiring persatunya perkembangan infrastruktur teknologi informasi. *marketplace* sebagai pihak perantara yang mengakomodasi pihak penjual dan pihak pembeli di dalam dunia maya. Persaingan *merketplace* di Indonesia terjadi sangat ketat dan jumlah pengunjung selalu bertambah tiap tahunnya. Oleh karna itu, peneliti tertarik untuk membuat penelitian yang berjudul Pengaruh Atribut Merek dan Advokasi Merek Terhadap Ekuitas Merek pada Pelanggan Shopee di Jakarta Utara.

Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah Atribut Merek, Advokasi Merek dan Ekuitas Merek. Variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu variabel *independent* dan variabel *dependent*. Variabel *independent* dalam penelitian ini adalah Atribut Merek dan Advokasi Merek, sedangkan variabel *dependent* dalam penelitian ini adalah Ekuitas Merek.

Objek dari penelitian ini adalah Shopee. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis regresi berganda. Data responden yang digunakan adalah 105 sampel konsumen Shopee. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara *non probability sampling* dengan teknik *judgement sampling*.

Hasil uji penelitian ini menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian baik terhadap Atribut Merek, Advokasi Merek dan Ekuitas Merek. Menunjukkan bahwa Atribut Merek dan Advokasi Merek berpengaruh secara positif terhadap Ekuitas Merek pada Pelanggan Shopee.

Kata Kunci : Atribut Merek, Advokasi Merek , Ekuitas Merek



## ABSTRACT

Edward Carlos / 24170390 / 2021 / *Influence of Brand Attribute and Brand Advocacy on Brand Equity on Shopee Customers in North Jakarta* / Advisor: Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M.

Over the development of the internet, people's needs and desires can be obtained instantaneously due to the lifestyle of people who always want to find something practical in meeting their daily needs. The development of the internet has a positive impact on the development of the global economy, namely in the speed and ease of conducting global interactions without any limitations without any limitations of place. By utilizing the internet, entrepreneurs carry out online transactions. Namely online transactions, online transactions are a modern transformation in the process of buying and selling transactions, different from traditional buying and selling transaction that are usually carried out, which, as such, must meet in person if they want to make transactions. The activity of selling and buying goods and service through the internet that is already familiar is using the marketplace. Marketplace is a new business model that is developing along with the rapid developing along with the rapid development of information technology infrastructure. Marketplace as an intermediary that accommodates the seller and the buyer in cyberspace. Marketplace competition in Indonesia is very tight and the number of visitors is increasing every year. Therefore, researchers are interested to create a study entitled *The Influence of Brand Attribute and Brand Advocacy on Brand Equity on Shopee Customers*.

The theories used in this study are Brand Attribute, Brand Advocacy and Brand Equity. Variables in this study are divided into two types, namely independent variables and dependent variables. Independent variables in this study are Brand Attribute and Brand Advocacy, while dependent variables in this study are Brand Equity.

The object of this research is Shopee. The methods used in this study are descriptive analysis and multiple regression analysis. The respondent data used was 105 samples of Shopee consumers. Sampling is done by non-probability sampling with judgement sampling technique

The results of this study showed that respondents gave good ratings on Brand Attribute, Brand Advocacy and Brand Equity. Showing that Brand Attribute and Brand Advocacy positively affect Brand Equity on Shopee Customers in North Jakarta.

**Keywords :** Brand Attribute, Brand Advocacy, Brand Equity.





## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat, rahmat, dan kasih-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk kelulusan dan mendapat gelar Sarjana Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, dengan segala kerendahan hati peneliti mengarapkan segala kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi ini. Dalam menyusun skripsi ini peneliti menemukan banyak kesulitan dan hambatan, akan tetapi berkat bantuan, nasihat dan bimbingan dari beberapa pihak maka dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan waktu yang telah di tentukan.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini, khususnya:

1. Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M. sebagai dosen pembimbing yang telah berkenan menyisihkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, dorongan dan masukan kepada peneliti selama penyusunan skripsi.
2. Seluruh dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mengajar dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama perkuliahan .
3. Orang tua dan seluruh anggota keluarga yang telah memberi dukungan, membantu dan doa selama proses pembuatan skripsi dan dapat diselesaikan dengan baik.
4. Teman-teman yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam membuat skripsi ini.
5. Seluruh pihak yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner serta kepada pihak-pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu proses penyusunan skripsi sehingga skripsi ini dapat di selesaikan tepat waktu.

© Hak cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie  
 Tidak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Akhir kata, penulis mendoakan semoga Tuhan Yang Maha Kuasa melimpahkan kasih dan karuniannya yang berlipat ganda untuk kebaikan semua pihak yang terlibat dan berharap agar apa yang telah penulis paparkan dalam skripsi ini dapat berguna bagi siapa saja yang membaca dan memerlukannya.

Jakarta, Agustus 2021

Edward Carlos

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR ISI

PENGESAHAN.....	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Batasan Masalah.....	6
D. Batasan Penelitian.....	7
E. Rumusan Masalah.....	7
F. Tujuan Penelitian.....	7
G. Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
A. Landasan Teoritis.....	9
1. <i>E-commerce</i> .....	10
a. Pengertian <i>E-commerce</i> .....	10
b. Jenis <i>E-commerce</i> .....	10
2. <i>Marketplace</i> .....	12
a. Pengertian <i>Marketplace</i> .....	12
3. Merek.....	13
a. Pengertian Merek.....	13
b. Manfaat Merek.....	13
c. Elemen Merek.....	14
4. Atribut Merek.....	15







a. Pengertian Atribut Merek .....	15
b. Dimensi Atribut Merek .....	16
5. Advokasi Merek.....	18
a. Pengertian Advokasi Merek .....	18
b. Dimensi Advokasi Merek.....	19
6. Ekuitas Merek .....	20
a. Pengertian Ekuitas Merek.....	20
b. Indikator Ekuitas Merek berbasis pelanggan .....	20
b. Dimensi Ekuitas Merek .....	21
B. Penelitian Terdahulu .....	22
C. Kerangka Pemikiran .....	24
1. Pengaruh Atribut Merek terhadap Ekuitas Merek .....	24
2. Pengaruh Atribut Merek terhadap Ekuitas Merek .....	24
D. Hipotesis .....	25
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
A. Objek Penelitian .....	26
B. Desain Penelitian .....	27
C. Variabel Penelitian .....	28
1. Variabel Dependen.....	28
a. Variabel Ekuitas Merek .....	28
2. Variabel Independen .....	29
a. Variabel Atribut Merek .....	30
b. Variabel Advokasi Merek .....	31
D. Teknik Pengambilan Sampel.....	31
E. Teknik Pengumpulan Data.....	31
F. Teknik Analisis Data.....	32
1. Uji Validitas .....	32
2. Uji Reliabilitas .....	32
3. Analisis Deskriptif .....	33

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





4. Uji Asumsi Klasik.....	36
5. Analisis Regresi Berganda.....	37
6. Uji F.....	38
7. Uji t.....	39
8. Koefisien Dertminasi ( $R^2$ ) .....	40
<b>BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>41</b>
<b>A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....</b>	<b>41</b>
<b>B. Analisis Deskriptif.....</b>	<b>43</b>
<b>C. Hasil Penelitian.....</b>	<b>54</b>
<b>D. Pembahasan.....</b>	<b>59</b>
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>61</b>
<b>A. Simpulan.....</b>	<b>61</b>
<b>B. Saran.....</b>	<b>61</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>63</b>
<b>LAMPIRAN - LAMPIRAN.....</b>	<b>65</b>

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Tidak Boleh Di Salin, Ditiriskan, Di Reproduksi, Diperjualbelikan, atau Di Gunakan Secara Publik Tanpa Izin Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya atau melakukan penjiplakan dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya atau melakukan penjiplakan dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Pengunjung <i>Marketplace</i> di Indonesia tahun 2020 .....	3
Tabel 1.2 Daftar Pengunjung <i>Marketplace</i> di Indonesia tahun 2021 .....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	22
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu .....	22
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu .....	23
Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu .....	23
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Ekuitas Merek .....	29
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Atribut Merek .....	30
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel Advokasi merek .....	31
Tabel 4.1 Fitur yang ada di Shopee .....	42
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Atribut Merek .....	43
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Advokasi Merek .....	45
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Ekuitas Merek .....	45
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Atribut Merek .....	46
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Advokasi Merek .....	47
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Ekuitas Merek .....	47
Tabel 4.8 Profil Reponden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	48
Tabel 4.9 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	48
Tabel 4.10 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	49
Tabel 4.11 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan .....	49
Tabel 4.12 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi berbelanja online di Shopee .....	50
Tabel 4.13 Skor Rata – Rata Variabel Atribut Merek .....	50
Tabel 4.14 Skor Rata – Rata Variabel Advokasi Merek .....	52
Tabel 4.15 Skor Rata – Rata Variabel Ekuitas Merek .....	53
Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas .....	54
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinieritas .....	55
Tabel 4.18 Hasil Uji Heterokedatisitas .....	56



Tabel 4.19 Hasil Uji F atau Uji ANOVA .....	56
Tabel 4.20 Hasil Uji Signifikan Koefisien atau Uji t.....	57
Tabel 4.21 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	58

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Nominal Transaksi <i>Marketplace</i> .....	2
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	25
Gambar 4.1	Logo Shopee .....	42

© Hak Cipta dimiliki IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang menyalin, mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pra-Kuesioner .....	66
Lampiran 2 Data Pra-Kuesioner Atribut Merek .....	70
Lampiran 3 Data Pra-Kuesioner Advokasi Merek.....	71
Lampiran 4 Data Pra-Kuesioner Ekuitas Merek .....	72
Lampiran 5 Hasil Output Validitas Variabel Atribut Merek .....	73
Lampiran 6 Hasil Output Validitas Variabel Advokasi Merek .....	73
Lampiran 7 Hasil Output Validitas Variabel Ekuitas Merek.....	74
Lampiran 8 Hasil Output Uji Reliabilitas Atribut Merek .....	74
Lampiran 9 Hasil Output Uji Reliabilitas Advokasi Merek .....	74
Lampiran 10 Hasil Output Uji Reliabilitas Ekuitas Merek.....	74
Lampiran 11 Kuesioner.....	75
Lampiran 12 Data Profil Responden.....	79
Lampiran 13 Hasil Output Profil Responden (Jenis Kelamin) .....	84
Lampiran 14 Hasil Output Profil Responden (Usia) .....	84
Lampiran 15 Hasil Output Profil Responden (Pekerjaan) .....	84
Lampiran 16 Hasil Output Profil Responden (Pengeluaran belanja online per Bulan) .....	85
Lampiran 17 Hasil Output Profil Responden (Frekuensi berbelanja di Shopee) .....	85
Lampiran 18 Data Kuesioner Variabel Atribut Merek .....	85
Lampiran 19 Data Kuesioner Variabel Advokasi Merek .....	89
Lampiran 20 Data Kuesioner Variabel Ekuitas Merek.....	91
Lampiran 21 Output Analisa Deskriptif Rata – Rata Variabel Atribut Merek .....	94
Lampiran 22 Output Analisa Deskriptif Rata – Rata Variabel Advokasi Merek .....	95
Lampiran 23 Output Analisa Deskriptif Rata – Rata Variabel Ekuitas Merek.....	95
Lampiran 24 Hasil Output Uji Normalitas.....	96
Lampiran 25 Hasil Output Uji Heterokedastisitas .....	96
Lampiran 26 Hasil Output Uji Multikolinieritas .....	97
Lampiran 27 Hasil Output Uji F .....	97



Lampiran 28 Hasil Output Uji t .....	97
Lampiran 29 Hasil Output Koefisien Determinan ( $R^2$ ) .....	98
Lampiran 30 R Tabel <i>Pearson</i> .....	98
Lampiran 31 Tabel t .....	99



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.