

**PENGARUH *NAMING RIGHTS SPONSORSHIP* “CIPETE
RAYA TUKU” TERHADAP *BRAND EQUITY* TUKU PADA
PENUMPANG MRT JAKARTA**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Genio Septimary

NRP.1423022066

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2025**

SKRIPSI

**PENGARUH *NAMING RIGHTS SPONSORSHIP* “CIPETE
RAYA TUKU” TERHADAP *BRAND EQUITY* TUKU PADA
PENUMPANG MRT JAKARTA**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya**



Disusun Oleh:

Genio Septimary

NRP.1423022066

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2025**

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Genio Septimary

NRP : 1423022066

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul :

“PENGARUH NAMING RIGHTS SPONSORSHIP “CIPETE RAYA TUKU”
TERHADAP BRAND EQUITY TUKU PADA PENUMPANG MRT JAKARTA”

adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar keserjanaan saya dicabut.

Surabaya, 08 Desember 2025

Penulis



Genio Septimary
NRP.1423022066

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *NAMING RIGHTS SPONSORSHIP* “CIPETE RAYA TUKU”
TERHADAP *BRAND EQUITY* TUKU PADA PENUMPANG MRT
JAKARTA**

Oleh :

Genio Septimary

NRP.1423022066

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan skripsi untuk diajukan ke tim penguji skripsi.

Pembimbing I : Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom. (.....)
NIDN. 0715108903

Pembimbing II: Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom. (.....)
NIDN. 0725058704

Surabaya, 08 Desember 2025

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
pada : Senin, 08 Desember 2025

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi

Dekan,



Dr. Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN. 0719078401

Dewan Penguji :

1. Ketua : Maria Yuliasuti, S.Sos., M.Med.Kom. (.....)
NIDN. 0707078607
2. Sekretaris : Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom. (.....)
NIDN. 0715108903
3. Anggota : Dr. Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom. (.....)
NIDN. 0719078401
4. Anggota : Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom. (.....)
NIDN. 0725058704

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS) :

Nama : Genio Septimary

NRP : 1423022066

Menyetujui skripsi saya

Judul : **PENGARUH NAMING RIGHTS SPONSORSHIP “CIPETE RAYA
TUKU” TERHADAP BRAND EQUITY TUKU PADA PENUMPANG MRT
JAKARTA**

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library*
Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan
Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan
Sebenarnya.

Surabaya, 08 September 2025

Yang menyatakan,



Genio Septimary

NRP. 1423022066

HALAMAN PERSEMBAHAN

Awalnya bukan seorang yang pandai berkata-kata dan menulis secara ilmiah. Namun, dengan selesainya skripsi ini menjadi bukti bahwa tidak ada yang tidak bisa, yang tersisa hanyalah keinginan dan kegigihan. Pengalaman baru yang luar biasa ini menjadi bekal penulis untuk lulus dari dunia kuliah dan masuk dalam dunia baru. Penulis juga ingin mengucapkan banyak terima kasih karena berkat dukungan dari berbagai pihak maka dapat terselesaikannya skripsi ini. Harapan penulis adalah skripsi ini bisa berguna dan berdampak bagi masyarakat dengan menambah wawasan baru dalam sektor kerjasama dalam sektor wirausaha.

KATA PENGANTAR

Rasa syukur penulis sampaikan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan penyertaan-Nya hingga penulis menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Naming Rights Sponsorship* Cipete Raya Tuku terhadap *Brand Equity* Tuku pada Penumpang MRT Jakarta”. Proposal ini disusun sebagai bentuk karya dan tanggung jawab penulis dalam mendapatkan gelar Sarjana Komunikasi. Penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih pada pihak-pihak yang turut serta dalam penulisan skripsi, yakni:

1. Kepada Ibu Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom., dan Ibu Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom., selaku dosen pembimbing yang memberikan bimbingan selama proses penyusunan skripsi ini sehingga tersusun dengan baik.
2. Kepada dosen penguji, yakni : Ibu Maria Yuliasuti, S.Sos., M.Med.Kom. dan Bapak Dr. Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom., yang telah memberikan perspektif sehingga skripsi ini bisa lebih kaya sudut pandang dan tajam.
3. Kepada Kopi Tuku, sudah hadir sebagai *brand* dan produk yang inovatif yang menjadi inspirasi sekaligus menemani penyusunan skripsi.
4. Kepada keluarga yang senantiasa mendoakan penulis untuk mampu menyelesaikan penulisan skripsi dengan baik.
5. Kepada teman-teman seperjuangan, terima kasih telah berjuang menulis skripsi, memberikan pengaruh positif dan saling menyemangati.
6. Kepada *supportive partner*, Steven W.R.

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
SKRIPSI.....	i
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1. Latar Belakang Masalah.....	1
I.2. Rumusan Masalah	10
I.3. Tujuan Penelitian.....	10
I.4. Batasan Masalah	10
I.5. Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	2
II.1. Penelitian Terdahulu	2
II.2. Kajian Teoritis.....	19
II.2.1 Hubungan <i>Sponsorships</i> terhadap <i>Brand Equity</i>	19
II.2.2. <i>Naming Rights Sponsorships</i>	21
II.2.3. <i>Brand Equity</i>	23
II.3. Nisbah Antar Konsep	27
II.4. Bagan Kerangka Konseptual	28
II.5. Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	30

III.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	30
III.2..Metode.....	30
III.3. Identifikasi Variabel Penelitian.....	30
III.4. Definisi Konseptual.....	31
III.5. Definisi Operasional.....	31
III.6. Populasi dan Sampel	35
III.7. Teknik Penarikan Sampel	36
III.8. Teknik Pengumpulan Data.....	36
III.9. Teknik Validitas dan Reliabilitas	37
III.9.1. Uji Validitas	37
III.9.2. Uji Reliabilitas.....	38
III.9.3. Uji Linieritas.....	38
III.9.4. Uji Normalitas	38
III.9.5. Uji Korelasi	39
III.9.6. Uji Regresi Linier Sederhana	39
III.9.7. Uji Signifikasi Hipotesis	40
III.10. Teknik Analisis Data.....	41
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
IV.1. Gambaran Subjek Penelitian.....	43
IV.1.1. Penumpang MRT Jakarta	43
IV.1.2. <i>Sponsorship Naming Right</i> Cipete Raya Tuku	44
IV.2. Uji Validitas dan Realiabilitas.....	46
IV.2.1. Uji Validitas.....	46
IV.2.2. Uji Reliabilitas.....	48
IV.3. Hasil Penelitian.....	48
IV.3.1. Identitas Responden.....	49
IV.3.2. Syarat dan Kriteria Responden	52
IV.3.3. Deskripsi Variabel <i>Naming Rights Sponsorship</i>	55
IV.3.4. Deskripsi Hasil Variabel <i>Naming Rights Sponsorship</i>	68
IV.3.5. Deskripsi Variabel <i>Brand Equity</i>	69
IV.4. Analisis Data.....	77
IV.4.1. Uji Korelasi.....	77

IV.4.2. Uji Normalitas	78
IV.4.3. Uji Linearitas	78
IV.4.4. Uji Regresi Linier Sederhana	79
IV.4.5. Uji Signifikansi Hipotesis.....	80
IV.4.6. Analisis Tabulasi Silang	81
IV.5. Pembahasan Pengaruh <i>Naming Rights Sponsorship</i> Cipete Raya Tuku terhadap <i>Brand Equity</i> Tuku pada Penumpang MRT Jakarta	86
BAB V. PENUTUP	87
V.1. Kesimpulan	87
V.2. Saran.....	88
V.2.1. Saran Akademis	88
V.2.2. Saran Praktis	89
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN.....	95

DAFTAR TABEL

Tabel II. 1 Penelitian Terdahulu	2
Tabel IV.1 Hasil Pengujian Validitas.....	47
Tabel IV.2 Hasil Pengujian Reliabilitas <i>Naming Rights Sponsorship</i>	48
Tabel IV.3 Hasil Pengujian Reliabilitas <i>Brand Equity</i>	48
Tabel IV.4 Frekuensi Responden Mengetahui Penamaan Stasiun "Cipete Raya Tuku"	53
Tabel IV.5 Frekuensi Responden Mengetahui dan Pernah Konsumsi Produk Tuku	53
Tabel IV.6 Frekuensi Responden Pernah Menggunakan MRTJ – Stasiun Cipete Raya Tuku	54
Tabel IV.7 Frekuensi Responden mengenai Frekuensi Penggunaan MRT Jakarta	55
Tabel IV.8 Deskripsi <i>Naming Rights Sponsorship</i> berdasarkan <i>Perceived Fit</i>	56
Tabel IV.9 Deskripsi <i>Naming Rights Sponsorship</i> berdasarkan <i>Perception of Financial Status</i>	58
Tabel IV.10 Deskripsi <i>Naming Rights Sponsorship</i> berdasarkan <i>Attitude Toward Commercialization</i>	60
Tabel IV.11 Deskripsi <i>Naming Rights Sponsorship</i> berdasarkan <i>Beliefs about Facility Naming Rights Sponsorship</i>	62
Tabel IV.12 Deskripsi <i>Naming Rights Sponsorship</i> berdasarkan <i>Psychological Attachment</i>	65
Tabel IV.13 Kategori Penilaian Interval Kelas <i>Naming Rights Sponsorship</i>	67
Tabel IV.14 Hasil Skala Interval Variabel <i>Naming Rights Sponsorship</i>	68
Tabel IV.15 Deskripsi Indikator <i>Brand Awareness</i> pada Variabel <i>Brand Equity</i> ..	69
Tabel IV.16 Deskripsi Indikator <i>Brand Association</i> pada Variabel <i>Brand Equity</i>	71
Tabel IV.17 Deskripsi Indikator <i>Perceived Quality</i> pada Variabel <i>Brand Equity</i> .	72
Tabel IV.18 Deskripsi Indikator <i>Brand Loyalty</i> pada Variabel <i>Brand Equity</i>	74
Tabel IV.19 Kategori Penilaian Interval Kelas <i>Naming Rights Sponsorship</i>	76
Tabel IV.20 Hasil Skala Interval Variabel <i>Brand Equity</i>	76
Tabel IV.21 Korelasi <i>Naming Rights Sponsorship</i> terhadap <i>Brand Equity</i>	77
Tabel IV.22 Tabel Hasil Uji Normalitas	78

Tabel IV.23 Tabel Hasil Uji Linearitas	79
Tabel IV.24 Koefisien Regresi <i>Naming Rights Sponsorship</i> terhadap <i>Brand Equity</i>	79
Tabel IV.25 Tabulasi Silang Jenis Kelamin* <i>Naming Rights Sponsorship</i> dan <i>Brand Equity</i>	81
Tabel IV.26 Tabulasi Silang Usia* <i>Naming Rights Sponsorship</i> dan <i>Brand Equity</i>	82
Tabel IV.27 Tabulasi Silang Pekerjaan* <i>Naming Rights Sponsorship</i> dan <i>Brand Equity</i>	83
Tabel IV.28 Tabulasi Silang Pengeluaran Harian* <i>Naming Rights Sponsorship</i> dan <i>Brand Equity</i>	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 Station Naming Rights Services MRTJ 2024	5
Gambar I. 2 Stasiun Cipete Raya Tuku.....	7
Gambar II. 1. Sponsoring Process Model	19
Gambar IV. 1 Stasiun Cipete Raya Sebelum dan Sesudah <i>Naming Rights Sponsorship</i>	44
Gambar IV.2 Distribusi Jenis Kelamin Responden.....	49
Gambar IV.3 Distribusi Usia Responden	50
Gambar IV.4 Distribusi Pekerjaan Responden.....	51
Gambar IV.5 Distribusi Pengeluaran Harian Responden	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	49
---------------------------	----

ABSTRAK

Fenomena maraknya program *naming rights* di Indonesia menunjukkan semakin kuatnya strategi kolaborasi antara *brand* dan moda transportasi publik, termasuk kerja sama Cipete Raya Tuku pada MRT Jakarta. Pada 2025, Tuku menjadi *brand food and beverages* pertama yang bekerja sama pada penamaan stasiun di MRTJ. Kerjasama ini berpotensi membentuk persepsi penumpang terhadap *brand* yang menjadi sponsor. Penelitian ini bertujuan untuk memahami pengaruh *naming rights sponsorship* terhadap *brand equity* Tuku pada penumpang MRTJ. Penelitian ini menggunakan teori *naming rights sponsorship* dan *brand equity*. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada 100 penumpang MRTJ yang memenuhi kriteria berusia produktif (15-59 tahun), pernah membeli atau konsumsi produk Tuku, mengetahui *naming rights sponsorship* Cipete Raya Tuku, menggunakan MRTJ khususnya di stasiun Cipete Raya Tuku. Lalu data dianalisis menggunakan uji regresi linear dengan didapatkan hasil yang positif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *naming rights sponsorship* Cipete Raya Tuku berpengaruh signifikan dan positif terhadap *brand equity* Tuku. Komponen *brand equity* yang paling meningkat adalah *brand awareness*, diikuti *brand association*, *perceived quality*, dan *brand loyalty*. *Naming right sponsorship* ini meningkatkan kredibilitas Tuku dan relevansi *brand* dengan kehidupan mobilitas penumpang MRTJ. Secara keseluruhan, program ini efektif memperkuat posisi Tuku di benak pengguna MRT Jakarta.

Kata kunci: *naming rights sponsorship*, MRT Jakarta, Tuku, *brand equity*.

ABSTRACT

The growing trend of naming rights programs in Indonesia reflects the strengthening collaboration strategies between brands and public transportation systems, including the Cipete Raya Tuku partnership on MRT Jakarta. In 2025, Tuku became the first food-and-beverage brand to obtain station naming rights on the MRT. This collaboration has the potential to shape passengers' perceptions of the sponsoring brand. This study aims to understand the influence of naming rights sponsorship on Tuku's brand equity among MRT Jakarta passengers. The study draws on naming rights sponsorship theory and brand equity theory. A quantitative method was employed by distributing questionnaires to 100 MRT passengers, those within productive age (15–59), who have purchased or consumed Tuku products, are aware of the Cipete Raya Tuku naming rights, and have used MRT Jakarta, particularly at the Cipete Raya Tuku station. The data were then analyzed using simple linear regression and yielded positive results. The findings show that the Cipete Raya Tuku naming rights sponsorship has a significant and positive effect on Tuku's brand equity. The component that increases the most is brand awareness, followed by brand association, perceived quality, and brand loyalty. This naming rights program enhances Tuku's credibility and strengthens the brand's relevance to the daily mobility of MRT passengers. Overall, the collaboration effectively reinforces Tuku's position in the minds of MRT Jakarta users.

Keywords: naming rights sponsorship, MRT Jakarta, Tuku, brand equity.