

**ANALISIS ASOSIASI MEREK MINUMAN ISOTONIK MEREK POCARI
SWEAT, POWERADE ISOTONIK DAN VITAZONE
DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

***ANALYST BRAND ASSOCIATION ISOTONIC DRINK BRANDED POCARI
SWEAT, POWERADE ISOTONIC AND VITAZONE IN MUHAMMADIYAH
UNIVERSITY OF YOGYAKARTA***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta



Disusun Oleh:

**ALFIAN RISWANTO
20030410229**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2012**

SKRIPSI

**ANALISIS ASOSIASI MEREK MINUMAN ISOTONIK MEREK POCARI
SWEAT, POWERADE ISOTONIK DAN VITAZONE
DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

***ANALYST BRAND ASSOCIATION ISOTONIC DRINK BRANDED POCARI
SWEAT, POWERADE ISOTONIC AND VITAZONE IN MUHAMMADIYAH
UNIVERSITY OF YOGYAKARTA***

Diajukan oleh

**ALFIAN RISWANTO
20030410229**

Telah disetujui Dosen Pembimbing

Pembimbing I

Rr. Sri Handari Wahyuningsih S.E, M.si.

NIK: 143 038

Tanggal.....

SKRIPSI
ANALISIS ASOSIASI MEREK MINUMAN ISOTONIK MEREK POCARI
SWEAT, POWERADE ISOTONIK DAN VITAZONE
DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

Diajukan Oleh

ALFIAN RISWANTO
20030410229

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal 27 Juni 2012
Yang terdiri dari

Ketua Tim Penguji

Dra. Hasnah Rimiati, M.si
NIK. 143006

Anggota Tim Penguji

Anggota Tim Penguji

Dr. St Dyah Handayani
M.Si
NIK. 143012

Lela Hinasah, S.E.
NIK. 143052

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Dr. Nano Prawoto, S.E., M.Si.
NIK. 143016

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Alfian Riswanto

No. Mahasiswa : 20030410229

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul “Analisis Asosiasi Merek Minuman Isotonik Merek Pocari Sweat, Powerade Isotonik dan Vitazone di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar keserjanaan disuatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta,2012

Alfian Riswanto

HALAMAN MOTTO

“Sesungguhnya setelah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain, dan hanya kepada Tuhan mu lah hendaknya kamu berharap”.

(Qs. Alam Nasyrh: 6-8)

“Jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu. Dan sesungguhnya yang demikian itu berat, kecuali bagi orang-orang yang khusus’.

(Qs. A Baqorah: 45)

“Jangan pernah takut dan malu untuk memulai suatu kebaikan, karena awal kesuksesan adalah melawan rasa malu dan takut untuk melakukan perubahan besar dalam hidup kita”.

“Kenangan adalah anugrah Tuhan yang tak dapat dihancurkan oleh maut”

(Kahlil Gibran)

“Tuhan pasti akan menunjukkan kebesaran dan kuasa-Nya bagi hambanya yang sabar dan tak kenal putus asa”

(D’masiv)

” Podo - podo lair wudoh, podo - podo mangan sego, nek wong liyo wae isoh, ngopo awake dewe ora....” **(mbah kakung)**

” Kehidupan ini laksana main catur, membutuhkan kecerdasan,, kesabaran, keuletan, kejujuran, dan strategi untuk memenangkan permainan” **(my self)**

PERSEMBAHAN

Sebuah karya yang sangat sederhana dan jauh dari kata sempurna, penuh pengorbanan, perjuangan, kesabaran dan momen yang tidak akan aku lupakan sepanjang hidupku, aku persembahkan kepada Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat serta rahmatnya kepadaku.

- Ibuku, Hj Sri Purwanti, yang telah melahirkanku, mengasuhku sampai aku dewasa, mendidikku, membimbingku dengan penuh kasih sayang dan kelembutan, mendo'akanku setiap waktu, yang selalu memberikan yang terbaik buat anak-anaknya. Hanya doa anak sholeh yang sanggup membalas semua jasmu, bu.... and I always try to pray for you.....
- Bapakku, H Ristono, yang telah memberikan nafkah kepada keluarga dan telah mendidikku dengan keras. Aku sekarang ngerti, pak... bapak keras kepadaku juga demi kebaikanmu agar aku bisa tetap survive menghadapi kerasnya dunia... i will hear you.....
- Kakakku Arie Kristanti dan adikku Asep Ristri Nugroho, terimakasih atas motifasinya, ceria,serta doa kalian menjadikanku tetap semangat.
- The Big Family of Mbah Sangkal (Pakde Yanto dan keluarga, Lek Hari dan keluarga, Mbak Nie dan keluarga, Lek Sus dan keluarga). Thank semuanya...
- The Big Family of Mbah Ngaran (Budhe Kis dan keluarga, Bulik Nur dan keluarga, Mbak Tasih dan keluarga, Lek Muh dan keluarga). Thank semuanya...
- Suci Riasandhika, kau telah memberikan warna dalam hari-hariku, sekaligus sumber inspirasiku serta thanks untuk motivasi, doa dan kesabarannya...
- Teman senasib dan seperjuangan, Fatoni (Paklek), Wak Budi, Pak Eko, Slamet (Mamex), Heri (Mbanjar), Joko, Sani KW, Abdul Rahman, Ahmad Zaenal Tanof (Umbu), Atta, Hafina Ma'affi (Cabul), Kang Lanjar, Gruda (Congpek), Anton, Hendra, Mas Bejo, Joko, Rahman, Wahyu, Panji (guek), Cilink, Thukul, Ichuz, Bona, Prety n Dedy (Gudel), akhirnya aku bisa seperti kalian juga... untuk Efendy Zuzuf (Cakil), Bonar, Anwar, Indah, Wahyu, Ega, Tya n Winda sukses n cepet lulus...
- Mas Sus Yang selalu sabar dalam membantuku dan juga almamaterku tercinta

INTISARI

Penelitian ini bertujuan Untuk menetapkan atribut-atribut dominan yang bisa dijadikan asosiasi merek pada masing-masing minuman isotonic merek pocari sweat, powerade isotonik dan vitazone dan menetapkan ada tidaknya perbedaan asosiasi merek pada masing-masing minuman tersebut. Objek dalam penelitian adalah minuman isotonik khususnya merek pocari sweat, powerade isotonik dan vitazone. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuisisioner secara langsung kepada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang mengkonsumsi atau mengetahui minuman isotonik khususnya merek pocari sweat, powerade isotonik dan vitazone. Analisis data dilakukan dengan penyebaran angket kepada sampel peneliti. Berdasarkan pengambilan data pada penelitian, total kuisisioner yang disebarakan berjumlah 132 kuisisioner dan yang berhasil dikumpulkan 116 kuisisioner serta yang layak untuk diolah sebanyak 94 kuisisioner karena sebanyak 22 kuisisioner kurang lengkap pengisiannya sehingga dianggap tidak layak untuk dipakai dalam penelitian ini.

Hasil uji cochrane menunjukkan bahwa dari 19 asosiasi merek yang diteliti pada minuman merek Pocari Sweat, Powered Isotonic, dan Vitazone dapat diperoleh berturut-turut 9 (sembilan), 11 (sebelas), dan 7 (tujuh) kelompok asosiasi merek yang bisa membentuk brand image yang sangat kuat pada masing-masing merek. Hal ini mengindikasikan bahwa sesungguhnya kelompok asosiasi dari masing-masing merek tersebut dapat dimanfaatkan dan dieksploitasi dalam menggambarkan program pemasaran oleh masing-masing pemasar, khususnya dalam mendesain produk dan melakukan komunikasi pemasaran

Kata kunci: Asosiasi Merek, Citra Merek

ABSTRACT

This research is aimed to determine dominant attributes that may become brand association at each isotonic drink such as Pocari sweat, Powerade isotonic, and Vitazone. and also to determine drinks especially Pocari Sweat, Powerade Isotonic and Vitazone. Data of the research obtained through direct questionnaire spreading to the university level students of Muhammadiyah university of Yogyakarta who consume or at least know about isotonic drink especially Pocari sweat, Powerade isotonic, and Vitazone. Data analysis are committed through questionnaire spreading to the research sample. Based on the data acquiring in the research, total amount of questionnaire spread are 132 questionnaires and successfully recollected are 116 questionnaires. Total questionnaire that is suitable to the researched are 94 questionnaires, because as many as 22 are incomplete in the fulfillment so they are not suitable to be used in the research.

The result of Cochran q test shows that from researched 19 brand association at the Pocari sweat, Powerade isotonic, and Vitazone drinks it can be obtained in a row 9 (nine), 11 (eleven), and 7 (seven) group of brand association that can develop very strong brand image at each mark. It indicates that group of brand association from each brand can be benefited or exploited to image the marketing program by each marketer, especially in the product designing and market communicating.

Keyword : Brand Association and Brand Image

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT, yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Sholawat dan salam senantiasa kami panjatkan kepada jujungan Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat serta mereka yang mengemban sunnah-Nya sampai akhir zaman.

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan ramhat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Analisis Asosiasi Merek Minuman Isotonik Merek Pocari Sweat, Powerade Isotonik dan Vitazone di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**”.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis mendapat bantuan, dukungan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan ketulusan dan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

- Bapak Ir. H. Dasron Hamid, M.Sc., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Ibu Rr. Sri Handari Wahyuningsih S.E. M.si., selaku Dosen Pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis.
- Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir (skripsi) ini.

Sebagai kata akhir, tiada gading yang tak retak, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diharapkan untuk kedalaman karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, 2012

Alfian Riswanto

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
INTISARI	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	
• Latar Belakang Masalah	1
• Rumusan Masalah	7
• Tujuan Penelitian	8
• Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
• Landasan Teori	10
• Pengertian Merek	10
• Ekuitas Merek	11
• Kualitas Merek	11
• Top of Mind Awareness	12
• Pemilihan Merek	12
• Asosiasi Merek	14

•	<i>Fungsi Brand Association</i>	15
•	<i>Acuan Brand Association</i>	16
•	<i>Brand Awareness</i>	19
•	<i>Brand Perceived Quality</i>	20
•	<i>Brand Loyalty</i>	21
•	Hasil Penelitian Terdahulu	23
•	Penurunan Hipotesis	25
BAB III METODE PENELITIAN		
•	Objek dan Subjek Penelitian	27
•	Jenis Data	27
•	Teknik Pengambilan Data	27
•	Teknik Pengambilan Sampel	28
•	Pengukuran Variabel Penelitian	28
•	Uji Kualitas Instrumen	29
•	Uji Hipotesis dan Analisis Data	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
•	Hasil Penyebaran Kuesioner	33
•	Karakteristik Responden	33
•	Uji Kevalidan Data	35
•	Pengujian Validitas	35
•	Pengujian Realibilitas	37
•	Hasil Analisis Data	38
•	Uji Cochran Q Test	38
•	Uji Chi Square	42
•	Pembahasan	47
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN		
•	Kesimpulan	51
•	Saran	52

- Keterbatasan Penelitian 53

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas	34
Tabel 4.2. Hasil Uji Validitas	36
Tabel 4.3. Hasil Uji Reliabilitas	38
Tabel 4.4. Hasil Asosiasi Responden Dengan Jawaban YA	39
Tabel 4.5. Hasil Iritasi Uji Cochran Asosiasi Merek Minuman Pocari Sweat, Powerade Isotonik, dan Vitazone	40
Tabel 4.6. Hasil Uji Chi Square Asosiasi Merek Pocari Sweat Menurut Karakteristik Konsumen	43
Tabel 4.7. Distribusi Asosiasi Praktis	44
Tabel 4.8. Hasil Uji Chi Square Asosiasi Merek Powerade Isotonik Menurut Karakteristik Konsumen	44
Tabel 4.9. Hasil Uji Chi Square Asosiasi Merek Vitazone Menurut Karakteristik Konsumen	45
Tabel 4.10. Distribusi Asosiasi Varian Rasa Berdasarkan Uang Saku	46
Tabel 4.11. Distribusi Asosiasi Stamina Berdasarkan Uang Saku	46
Tabel 4.12. Distribusi Asosiasi Kandungan Mineral Berdasarkan Uang Saku	47
Tabel 4.13. Asosiasi Merek Pada Minuman Pocari Sweat, Powerade Isotonik dan Vitazone	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Piramida <i>Brand Awareness</i>	20
---	----