

**ANALISIS ELEMEN-ELEMEN *BRAND EQUITY*
PADA PRODUK HANDPHONE MEREK SONY ERICSSON**

*The Analysis of Brand Equity Elements to Sony Ericsson's
Handphone Product*

SKRIPSI

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



Disusun oleh :

TUBAGUS HARDIYANTO

20030410132

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2009

SKRIPSI

**ANALISIS ELEMEN-ELEMEN *BRAND EQUITY*
PADA PRODUK HANDPHONE MEREK SONY ERICSSON**

*The Analysis of Brand Equity Elements to Sony Ericsson's
Handphone Product*



Telah disetujui Dosen Pembimbing
Pembimbing I

Ika Nurul Qamari, S.E., M.Si.
NIK 143058

Tanggal 04 Juli 2009

SKRIPSI

ANALISIS ELEMEN-ELEMEN *BRAND EQUITY* PADA PRODUK HANDPHONE MEREK SONY ERICSSON



Diajukan oleh

TUBAGUS HARDIYANTO

200304100132

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Tanggal 23 Juli 2009

Yang terdiri dari

Ika Nurul Qamari, S.E., M.Si.

Ketua Tim Penguji

Hasnah Rimiati, S.E., M.Si.
Anggota Tim Penguji

Dra. Siti Noordjannah Djohanti, M.M., M.Si.
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Misbahul Anwar, S.E., M.Si.
NIK: 143014

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : **Tubagus Hardiyanto**

Nomor Mahasiswa : **20030410132**

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: “**ANALISIS ELEMEN-ELEMEN *BRAND EQUITY* PADA PRODUK HANDPHONE MEREK **SONY ERICSSON****” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu 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.

Yogyakarta, 04 Juli 2009

(Tubagus Hardiyanto)

MOTTO

Berbaktilah kepada mereka dengan penuh kerendahan diri dan ucapkanlah:

*“Wahai Tuhanku ! Kasihanilah mereka keduanya sebagaimana keduanya memeliharaku dengan penuh kasih sayang waktu kecilku”
(Qs Al Isro : 24)*

*”Jangan sekalipun kamu membuang harapan dalam hatimu, karena dengan harapan itulah api semangat dalam dirimu akan terus menyala...”
(MySelf)*

*”Apabila kamu melihat kesempatan emas, lakukanlah segala yang terbaik yang kamu bisa untuk menggapainya, karena kesempatan emas itu sangat ajaib apabila sampai datang dua kalinya kepadamu...”
(MySelf)*

*”Jangan bersedih, melamun dan menyesali yg sudah terjadi. Rentangkanlah pikiran dan hatimu masih banyak hal yang bisa kamu lakukan untuk membuat hidupmu lebih berarti...”
(MySelf)*

*”Ketika kau kecewa karena tidak memperoleh apa yang kau kehendaki, terimalah dan bergembiralah, karena Tuhan sedang memikirkan sesuatu yang lebih baik untuk dirimu...”
(MySelf)*

HALAMAN PERSEMBAHAN

*Dengan penuh rasa syukur kehadiran ALLAH SWT,
kupersembahkan karya ini
untuk;*

- a. *Thank's to ALLAH SWT yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga hambamu ini akhirnya bisa menyelesaikan studi ini, ya Allah dengan engkau turun Al-Quran dan hamba bersyukur karena dengan Al-Quran bisa memberikan petunjuk dan bisa menjawab semua misteri2 dalam hidup yang nyata maupun yang ghaib. Segala puji bagi Engkau ya Allah dan hamba bersyukur sekali, karena ku dilahirkan dari kedua orang tua-ku yang beragama Islam karena dengan Islam-lah ku bisa mengenal-Mu bahwa Engkau adalah Tuhanku dan Tuhan semesta alam, ku percaya bahwa selain kehidupan dunia akan ada kehidupan lain yang lebih abadi yaitu Akhirat...*
- b. *Thank's to Kedua orang tua-ku yang telah memberikan dukungan dalam moril maupun materil, semangat, mendidik sejak ku masih kecil hingga sekarang, serta atas doa2nya sehingga akhirnya ku bisa menjalani tanggung jawab dalam menyelesaikan studi ini. Tuk Ayah+Ibu-ku, ku bangga dan salut pada kalian karena kalian tlah bersabar menjalani cobaan yg bgitu hebatnya dalam hidup ini..., tapi ku yakin di balik cobaan akan ada karunia yg besar dan termaniz dari Allah SWT walau karunia itu entah kapan akan datang... But here I love myParents Forever...*

- c. *Thank's to Kakak + Kakak Ipar-ku dan Adik + Adik Ipar-ku :*
1. *Ratna Dewi Suciati, ST dan A. Hafid.*
 2. *Rani Meilani, SE dan Stenly Deo Akša Longulo.*
 3. *Budi Nurliawan, ST.*
 4. *Muhammad Sanni dan Yayat, SE.*
 5. *Titin Anita Sari dan Hermanto.*
- *"Terimakasih atas semua dukungan baik moril maupun materil, memberikan semangat yang tak henti2nya, maaf kalo biaya2 kuliah-ku ini juga tlah merepotkan dan menjadi beban tuk kalian, serta thank's banget atas doanya slama ini..."*
- d. *Thank's to Kponakan2-ku :*
1. *Bima Adityawan (Bima) > "Ayo..jgn dolanan truz...dan blajar yg rajin..biar dpt ranking, kalo dpt ranking 'kan AKung dan juga smua-nya bs pada bangga..."*
 2. *Melati Sukma (Lala) > "La...yg nurut yo..sama Mamah+Papai biar ga dimarahin truz..."*
 3. *Zulayka Samantha (Layka) > "Ka...kpn qta bs maen games bareng lg sama Om di komputer Ayah..,he..he..."*
 4. *Muhammad Hafidin (Adien).*
 5. *Syifa hanifa (Syifa) > "Fa...bilangin ke Ibu+Ayah ya yaitu sering2 maen k Jambon dunk, he..he..."*
 6. *Retno > "walau jauh, tp mudah2an bs jadi anak yg soleh dan pinter, (sing sbr yo..."*
- e. *Thank's to Semua sahabat dan teman-teman seangkatan.*
1. *Temen-temen FE - Manajemen angkatan'03 kelas C :*
 - *Romi (Romi Rafael), Doni (Don Juan) > "Don..oyo ngebojo truz, oyo nge-dugem truz dan ayo cpt daftar Pendaftaran biar cpt lu2s juga", Dede (Teing), Angga, Faisal, A'an, Ruli (bang*

Kumis), Rudi, Fidy, Dedi, Johari > "kpn kamu mo nyusul biar bs cpt lu2s..", Anwar (Pa'ijo), Nadhif (Kocik/Teh Poci), Jhon > "Ayo..jgn nyantai aja Skripsi-nya dn cpt dislsaikan", Vickry, Hiber (siKecil), Habib, Arif (Mansyur.S.), Andi, Agung (Alung), Wahyu, Rio, Diar > "Ayo jgn males2 bro...biar bs cpt lu2s, pa ga bosan2 dikampus terus...", Dani.

2. Temen-temen FE – Manajemen :

- Heriadi'00 (maz Adi) > "akhirnya qta bs menyelesaikan Skripsi hingga qta bs maju pndadaran bareng", Supri'02 > "Pri..akhirnya ku bs lu2s juga..he..he..", Samsul'02-Jepara > "kpn bro..kwe bs lu2s nich...", Imam'02, Leo'02, Eko'02-Wonosari, Mufid'02-Lamongan, Udin'03-Jambi (PepenK) > "ayo kpn lu2s dan yg smangat truz...", Alam'03, Puput'03, Joko'03, Heru'03-Bantul > "Boz..akhirnya ku bs nyusul dn slama kuliah qta bs mrasakan dapetnya beasiswa dari kampus", Zen'03, Decky'03, A'ank'03 > "Trims yo...atas buku2nya yg sdh mo dipinjem", Tubin'03-Cirebon > "ayo Bin...yg smangat dan jgn menyerah..oke", Budhi'03-Cirebon, Bowo'03 (Dafa), Eko'03-Palembang > "Ayo..yg smangat bro kuliahnya..biar bs cpt kelar/slsai, Beni'03, Arief'03-Serang, Andreas'03, Reza'03-Balikpapan > "kpn kamu balik k Jogja biar qta bs nongkrong2 lg...", Farid'03-Banten (The Big), Helmi'03, Tinto'03, Hadi'03-Brebes, Adit'03, Nurul'03, Irmansyah'03-Lombok (Bim-Bim), Hanif'04 > "thanks sdh mo pinjem bh2 kompre-nya..", Irman'04, Yudi'04, Brahma'04 > "thanks Bram...atas semua bantuan-nya", Septian'04, Anton'04, Dadang'04, Jaka'04, Dani'04-Bandung, Zuldepin'04 (Depin), Agoes'04-Wates, Koko'04-Sumatra, Dwi'04, Reni'04, Ratna'04 > "Akhirnya ku jg bs lu2s..", Jardien'05, Yogi'05, Arumi'05, Dian'05, Aya'05, Vheni'06, Chris'06, Nurul'06, Ridho'06-Jogja, Ardhi'06.

3. *Teman-teman Fakultas lainnya :*

- *Eko'03-FAI, Eko'03-F.Hukum, Edwin'03-F.Hukum > "ayo..jgn nge-band truuuz dan slsaiKAN Skripsi-mu dab biar cpt rampung...", Ika'04-F.Isipol (Sweety), Pa de'03-F.Isipol-Kalimantan, Fina'04-F.Komunikasi, Surip'02-F.Komunikasi.*

➤ *Thank's to semua temen-temen Kampus-ku atas kebersamaan, berbagi cerita+pengalaman hidup yg maniz maupun yg pahit dan juga atas seperjuangan qta slama ini dalam menempuh ilmu di UMY, semoga persahabatan atau pertemenan ini slalu bisa qta jaga hingga selamanya dan ku minta maaf kepada temen2 yg apabila tidak ku sebutkan satu-persatu dalam persembahan ini, tp ku kan slalu ingat dalam hidup dan jiwa-ku...*

f. *Thank's to Bapak+Ibu di Kantin Bella > "tempat-ku nongkrong2 bersama temen2 dr sejak pertama kuliah hingga akhir/slsai kuliah..."*.

g. *Thank's to temen2 di Jogja: Cesia dan Dewi (SPG), Dina (Cah Klaten), Dyah - SPG Mirota (Cewe-nya Reza), Ayu (SPG Mirota), Naning (SPG), Yanti (SPG).*

h. *Thank's to Federal (Mybicycle/Sepeda-ku) "yg tlah menemani slama ini sbagai satu2nya transportasi tuk "going to Campus" dan juga bisa mengelilingi indahnya tiap sudut kota Jogjakarta"*

i. *Thank's to Motor Suzuki: Smash'03-biru, Smash'07-biru, Spin-biru, Spin-merah, Arashi, Shogun-Kuning ("walau semua itu punya Kakak-ku, tapi Alhamdulillah ku bs mencicipi/mnikmati fasilitas tuk k Kampuz maupun tuk muter2 di kota Jogja ini, tp sayangnya semua itu hanya sesaat dan sdh ga bs berjumpa lg..."). Thanks, but I Miss it...*

j. *Almamater-ku.*

INTISARI

Penelitian ini adalah replikasi dari penelitian Humdiana (2005) dengan judul Analisis Elemen-Elemen Ekuitas Merek Produk Rokok Djarum Black. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa kuatkah ekuitas merek (*brand equity*) yang terdiri dari kesadaran merek, asosiasi merek, kualitas yang dipersepsikan dan loyalitas merek yang dimiliki oleh produk handphone merek Sony Ericson. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa UMY yang masih atau pernah menggunakan handphone Sony Ericsson yang berjumlah 100 orang. Metode pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling*. Data diperoleh melalui data primer dengan cara mengajukan kuesioner kepada responden. Analisis data untuk menganalisis *brand awareness* adalah statistik deskriptif, *brand association* menggunakan Uji Cochran, *perceived quality* menggunakan pendekatan diagram kartesius dan *brand loyalty* menggunakan pendekatan grafik piramida loyalitas merek.

Hasil analisis kesadaran mereknya (*brand awareness*) menunjukkan bahwa handphone Sony Ericsson menempati urutan kedua merek yang paling diingat oleh responden (*top of mind*), menempati urutan kedua merek yang paling sering disebut (*brand recall*) serta merek handphone Sony Ericsson sudah dikenal responden.

Hasil analisis asosiasi merek (*brand association*) menunjukkan bahwa dari 7 atribut asosiasi yang digunakan, hanya 3 atribut asosiasi yang mampu membentuk citra merek handphone Sony Ericsson yaitu inovatif, fitur lengkap dan harga puna jual yang tinggi.

Hasil analisis *perceived quality* menunjukkan bahwa handphone Sony Ericsson mempunyai kualitas produk dan layanan garansi yang memuaskan, serta fitur lengkap belum optimal dan bentuk desain handphone yang dinilai berlebihan oleh responden.

Hasil analisis *brand loyalty* menunjukkan pada tingkatan *switcher* sebesar 21,02% *habitual buyer* sebesar 26,19%, *satisfied buyer* sebesar 26,25% dan *liking the brand* sebesar 26,54%.

Kata kunci : kesadaran merek, asosiasi merek, kualitas yang dipersepsikan dan loyalitas merek

ABSTRACT

This research is replication from Mr. Humdiana (2005) research with the title is Analysis of Brand Equity Element's on Djarum Black Cigarette Product. This research having a purpose to know how strong of brand equity which consists of brand awareness, brand association, perceived quality and brand loyalty which have by handphone Sony Ericsson Product. Responder in this research students of UMY who still and ever using handphone Sony Ericsson amounting to 100 people. The sample collected using convenience sampling method. Data obtained through primary data by sharing questionnaire to responder. Analyze data conducting by using statistic descriptive for analyzing brand awareness, Cochran Test for analyzing brand association, perceived quality using kartesius diagram approach and brand loyalty using pyramid graphic brand loyalty approach.

Result of brand awareness analysis show that Sony Ericsson handphone is brand which second place for top of mind category, second place for brand recall and brand which having high brand recognition from respondent.

Result of brand association show that only three association attribute which can forming brand image from handphone Sony Ericsson, that is innovative, completely feature and high resell price.

Result of perceived quality show that handphone Sony Ericsson satisfied good product quality and guarantee service, completely feature has not optimum and form of design assumed overact by respondent.

Result of brand loyalty show that comment of respondent on switcher level equal to 21,02%, habitual buyer equal to 26,19%, satisfied buyer equal to 26,25% and liking the brand equal to 26,54%.

Key words: *brand awareness, brand association, perceived quality and brand loyalty.*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya kepada kami sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “**Analisis Elemen-Elemen *Brand Equity* Pada Produk Handphone Merek Sony Ericsson**”.

Tugas akhir ini merupakan salah satu prasyarat yang harus dipenuhi oleh mahasiswa dalam memperoleh gelar Sarjana dari Fakultas Ekonomi Strata 1 (S-1) pada Jurusan Manajemen, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini dari persiapan sampai terselesainya, tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang dengan segala keterbukaan dan kerelaan hati telah memberikan bimbingan, pengarahan, keterangan dan dorongan semangat yang begitu berarti. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Ir. H. M. Dasron Hamid, M.Sc., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Misbachul Anwar, SE., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Sri Handari Wahyuningsih, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Ibu Ika Nurul Qamari, SE., M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat dan dorongan sampai terselesainya penyusunan skripsi ini.

5. Bapak Gita Danupranata., SE., M.M., selaku Dosen Pembimbing Akademik Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
6. Seluruh Dosen Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
7. Bapak, Ibu yang tak henti-hentinya mencurahkan kasih dan sayang serta memberikan doa dan dorongan baik moril maupun materil selama kuliah sampai terselesaikannya skripsi ini.
8. Sahabat-sahabatku, atas semua bantuan doa dan supportnya serta semua pihak yang telah membantu dalam pembuatan skripsi ini yang tidak mungkin disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak demi kebaikan dan kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata, besar harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Yogyakarta, 04 Juli 2009

Penulis

Tubagus Hardiyanto

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
INTISARI.....	x
ABSTRACT.....	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Batasan Masalah.....	3
C. Rumusan Masalah	3
D. Tujuan Penelitian.....	4
E. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Landasan Teori.....	6
1. Pengertian <i>Brand Equity</i>	6
2. <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek).....	10
a. Pengertian <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek)	10
b. Dimensi <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek).....	12
3. <i>Brand Association</i> (Asosiasi Merek).....	13
a. Pengertian <i>Brand Association</i> (Asosiasi Merek)	13
b. Dimensi <i>Brand Association</i> (Asosiasi Merek).....	14
4. <i>Brand Perceived Quality</i> (Persepsi Kualitas Merek)	17
a. Pengertian <i>Brand Perceived Quality</i> (Persepsi Kualitas Merek).....	17
b. Dimensi <i>Brand Perceived Quality</i> (Persepsi Kualitas Merek).....	18
5. <i>Brand Loyalty</i> (Loyalitas Merek).....	19
a. Pengertian <i>Brand Loyalty</i> (Loyalitas Merek).....	19
b. Dimensi <i>Brand Loyalty</i> (Loyalitas Merek)	20
B. Hasil Penelitian Terdahulu	21

BAB III	METODE PENELITIAN	23
	A. Obyek/Subyek Penelitian	23
	B. Jenis dan Sumber Data	23
	C. Teknik Pengambilan Sampel.....	23
	D. Teknik Pengumpulan Data	24
	E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	25
	F. Uji Kualitas Instrumen	31
	G. Analisis Data	32
	1. Analisis Data <i>Brand Awareness</i>	32
	2. Analisis Data <i>Brand Association</i>	32
	3. Analisis Data <i>Brand Perceived Quality</i>	33
	4. Analisis Data <i>Brand Loyalty</i>	34
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
	A. Gambaran Umum Handphone Sony Ericsson.....	37
	B. Analisis Karakteristik Responden	38
	C. Uji Kualitas Instrumen Penelitian	40
	1. Uji Validitas	40
	2. Uji Reliabilitas.....	42
	D. Analisis Data	43
	1. Deskriptif statistik.....	43
	2. Uji <i>Cochran</i>	46
	3. Diagram Kartesius	48
	4. Grafik Piramida	52
	E. Pembahasan	57
BAB V	KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN	62
	A. Kesimpulan.....	62
	B. Saran.....	64
	C. Keterbatasan Penelitian	64

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas.....	39
Tabel 4.3. Hasil Uji Validitas Seluruh Variabel Pembentuk Ekuitas Merek	41
Tabel 4.4. Hasil Uji Reliabilitas Seluruh Variabel Pembentuk Ekuitas Merek	42
Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden Terhadap Kuesioner Tentang Merek Handphone yang Paling Diingat	44
Tabel 4.6. Hasil Jawaban Responden Terhadap Kuesioner Tentang Merek Handphone yang Paling Sering Disebut	44
Tabel 4.7. Hasil Jawaban Responden Terhadap Kuesioner Tentang <i>Brand Recognition</i>	45
Tabel 4.8. Hasil Pengujian <i>Brand Association</i>	47
Tabel 4.9. Hasil Perhitungan <i>Brand Perceived Quality</i>	49
Tabel 4.10. Tanggapan Responden tentang Perpindahan Merek karena Faktor Harga	53
Tabel 4.11. Tanggapan Responden tentang Pembelian Handphone Sony Ericsson Karena Kebiasaan.....	54
Tabel 4.12. Tanggapan Responden tentang Kepuasan dalam Menggunakan Handphone Sony Ericsson	54
Tabel 4.13. Tanggapan Responden tentang Kesukaan Merek Handphone Sony Ericsson.....	55

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Konsep <i>Brand Equity</i> (Ekuitas Merek)	8
Gambar 2.2. Piramida “ <i>Brand Awareness</i> ”	11
Gambar 3.1. Diagram kartesius “ <i>perceived quality</i> ” (persepsi kualitas)	34
Gambar 3.2. Piramida “ <i>Loyalitas</i> ” bagi merek yang belum memiliki <i>brand equity</i> yang kuat.	35
Gambar 3.3. Piramida “ <i>Loyalitas</i> ” bagi merek yang memiliki <i>brand equity</i> yang kuat.	36
Gambar 4.1. Diagram Kartesius.....	50
Gambar 4.2. Tingkatan <i>Brand Loyalty</i>	56