

**ANALISIS ELEMEN-ELEMEN *BRAND EQUITY* PADA PRODUK KAOS  
OBLONG (T-SHIRT) MEREK "IN TEE SHIRT" DI YOGYAKARTA**



Oleh

**ENY CHANDRA KRISTINA**

**20030410203**

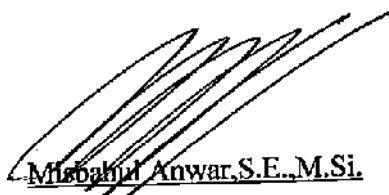
**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2007**

**SKRIPSI**  
**ANALISIS ELEMEN-ELEMEN *BRAND EQUITY* PADA PRODUK KAOS**  
**OBLONG (T-SHIRT) MEREK "IN TEE SHIRT" DI YOGYAKARTA**



Telah disetujui Dosen Pembimbing  
Pembimbing I

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

Tanggal, 03 Agustus 2007

**SKRIPSI**  
**ANALISIS ELEMEN-ELEMEN *BRAND EQUITY* PADA PRODUK KAOS**  
**OBLONG (T-SHIRT) MEREK "IN TEE SHIRT" DI YOGYAKARTA**

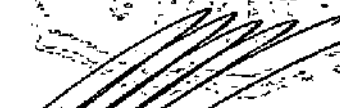
Diajukan Oleh

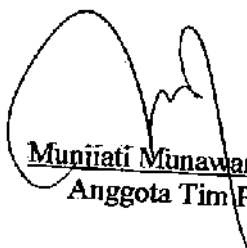
**ENY CHANDRA KRISTINA**  
**20030410203**


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

Tanggal 28 Agustus 2007

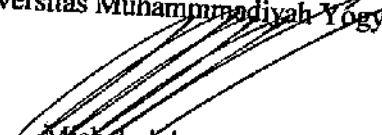
Yang terdiri dari

  
Misbahul Anwar, S.E., M.Si.  
Ketua Tim Penguji

  
Muniaty Munawaroh, S.E., M.Si.  
Anggota Tim Penguji

  
Ika Nurul Qamari, S.E., M.Si.  
Anggota Tim Penguji

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
universitas Muhammadiyah Yogyakarta

  
Misbahul Anwar, S.E., M.Si.  
NIK : 143 014

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : ENY CHANDRA KRISTINA

NIM : 20030410203

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : *Analisis Elemen-Elemen Brand Equity Pada Produk Kaos Oblong (T-Shirt) Merek "In Tee Shirt" Di Yogyakarta* 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, 03 Agustus 2007

Eny Chandra Kristina

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ekuitas merek produk "In Tee Shirt" dilihat dari *brand awarness*, *brand association*, *perceived quality*, dan *brand royalty*. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen produk "In Tee Shirt" Yogyakarta. Alat pengumpulan data di adopsi dari peneliti terdahulu yang dilakukan oleh Nasir dkk (2004). Alat analisis yang digunakan adalah Analisis Frekuensi untuk *brand awarness*; Uji Cochran untuk *brand association*; Analisis *Performance*, dan *Importance* untuk *brand perceived quality*; Analisis rata-rata dan frekuensi untuk *brand royalty*.

Hasil analisis menunjukkan bahwa ekuitas merek produk "In Tee Shirt" dilihat dari *brand awarness*, memiliki *brand recognition* yang cukup baik dimana konsumen mengingat akan keberadaan "In Tee Shirt". Berdasarkan *brand association* diketahui produk "In Tee Shirt" memiliki asosiasi yang dapat dikembangkan yaitu kesan eksklusif, tahan lama, model desain gambar sangat variatif, harga terjangkau, banyak jenis dan tipe serta memiliki ciri khas tertentu. Berdasarkan analisis *brand perceived quality* secara keseluruhan bahwa produk "In Tee Shirt" memiliki *performance* atau persepsi kualitas yang lebih tinggi di bandingkan dengan kualitas yang sesungguhnya dalam produk "In Tee Shirt". Sedangkan untuk *importance* yang tinggi adalah pada desain dan karakter. Atribut yang perlu dibenahi adalah atribut layanan ketersediaan produk. Berdasarkan analisis *brand royalty* produk "In Tee Shirt" berada pada *satisfied buyer* yang berarti konsumen puas dalam membeli produk "In Tee Shirt" dan *committed buyer* yaitu keinginan konsumen mempromosikan merek produk pada konsumen lainnya.

Kata-kata kunci: *brand awarness*, *brand association*, *perceived quality*, dan *brand royalty*

## ABSTRACT

The research purposed to know how is the *Brand Equity* of the products "In Tee Shirt", based on a few of *brand awarness, brand association, perceived quality and brand loyalty*. The population in this research is the costumers products of "In Tee Shirt" in Yogyakarta. Tool of data gathering adopted from the previous research which has been done by Nasir. et. al (-2004-). The tools of analysis itself is analysis of frequency which used to analyze *brand awarness, Cochran Test* to analyze the *brand association*, analysis of *performance and importance* of the products attribute for analyzing *brand perceived quality*, analysis of avarage and *frequency* is to analyze the *brand loyalty*.

The analysis result shows that the *brand equity* of the products "In Tee Shirt", refers to *brand awarness* shows that "In Tee Shirt" have enough *brand recognition*, meaning that the consumers remember of the "In Tee Shirt" products. Based on the *brand association* research, founded out that could be expanded, those are exclusive impression, long lasting, various of model and design, good price, and lots of kind and type and it has certain of special characters. Based on the *brand perceived quality* research, hollistically shows that the products of "In Tee Shirt have higher *performance* or higher *perceived quality* than his the truth quality to products branded "In Tee Shirt. While high *Importance* is design and characters. The attribute which underlined is the attribute of the products ovaibility service refers to the analysis of *brand royalty*, the product "In Tee Shirt" is on the *satisfied buyer*, which means the costumers satisfy in buying the products and *committed buyer*, meaning that the disire of consumens in promoting the products to the other consumers.

.....

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, atas segala karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **ANALISIS ELEMEN-ELEMEN *BRAND EQUITY* PADA PRODUK KAOS OBLONG ( T-SHIRT ) MEREK "IN TEE SHIRT" DI YOGYAKARTA** dengan baik, sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Dalam penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan support dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Dr. Khoirudin Bashori selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. Bapak Misbahul Anwar, S.E.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan sekaligus sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Drs.Arifin selaku pemilik perusahaan kaos oblong "In Tee Shirt" yang telah memberikan izin sebagai tempat penelitian dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Kedua orang tuaku tercinta serta saudara-saudaraku yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan studi.

4. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir ini.

Dengan terselesainya skripsi ini penulis berharap semoga dapat bermanfaat bagi pembaca khususnya praktisi yang dapat digunakan sebagai referensi dan pengembangan bagi penelitian selanjutnya sehingga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan yang memberi kontribusi positif bagi pihak-pihak yang membutuhkan informasi di dalam dunia ekonomi dan bisnis.

Yogyakarta, 03 Agustus 2007

Eny Chandra Kristina



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
INTISARI.....	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	3
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian .....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	5
A. Landasan Teori .....	5
1. Pengertian Merek .....	5
2. Tingkatan Merek.....	7
3. Manfaat Merek.....	8

4. Pengertian Ekuitas Merek ( <i>brand equity</i> ) .....	10
5. Analisis <i>Brand Equity</i> .....	12
6. Elemen-elemen Ekuitas Merek.....	14
B. Rujukan Penelitian Terdahulu .....	35
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	37
A. Jenis Penelitian .....	37
B. Populasi dan Sampel .....	37
C. Jenis Data.....	39
D. Teknik Pengumpulan data.....	40
D. Definisi operasional variabel .....	40
E. Pengukuran Variabel.....	42
F. Metode Analisis Data.....	43
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	46
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	46
1. Tujuan Perusahaan.....	47
2. Sistem Penjualan.....	47
3. Sumber Dana.....	48
4. Penggunaan Dana.....	48
5. Struktur Organisasi .....	48
6. Data Personalia Perusahaan .....	50
7. Proses dan Hasil Produksi.....	52

B. Analisis <i>Brand Equity</i> Merek "In Tee Shirt" .....	55
1. <i>Brand awareness</i> .....	55
2. <i>Brand Association</i> .....	57
3. <i>Brand Percetved Quality</i> .....	59
4. <i>Brand Loyalty</i> .....	65
<b>BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN...</b>	71
A. Kesimpulan .....	71
B. Saran .....	72
C. Keterbatasan Penelitian .....	73

DAFTAR PUSTAKA

KUISIONER

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

		<b>Halaman</b>
Tabel 4.1	<i>Top of Mind</i> Kaos Merek "In Tee Shirt" .....	55
Tabel 4.2	<i>Brand Recall</i> Kaos Merek "In Tee Shirt" .....	56
Tabel 4.3	<i>Brand Recognition</i> Kaos Merek "In Tee Shirt" .....	56
Tabel 4.4	<i>Brand Association</i> Kaos Merek "In Tee Shirt" .....	58
Tabel 4.5	<i>Performance-Importance</i> Layanan Ketersediaan Produk kaos Merek "In Tee Shirt" .....	60
Tabel 4.6	<i>Performance-Importance Logo</i> Produk Kaos Merek "In Tee Shirt" .....	60
Tabel 4.7	<i>Performance-Importance</i> Warna Bahan Produk Kaos Merek "In Tee Shirt" .....	61
Tabel 4.8	<i>Performance-Importance</i> Ketahanan (umur ekonomis) Produk Kaos Merek "In Tee Shirt" .....	61
Tabel 4.9	<i>Performance-Importance</i> Keandalan Produk Kaos Merek "In Tee Shirt" .....	62
Tabel 4.10	<i>Performance-Importance</i> Desain dan Karakteristik Produk Kaos Merek "In Tee Shirt" .....	63
Tabel 4.11	<i>Brand switcher</i> Produk Kaos Merek "In Tee Shirt" .....	65
Tabel 4.12	<i>Habitual Buyer</i> Produk Kaos Merek "In Tee Shirt" .....	66
Tabel 4.13	<i>Satisfied Buyer</i> Produk Kaos Merek "In Tee Shirt" .....	67
Tabel 4.14	<i>Liking The Brand</i> Produk Kaos Merek "In Tee Shirt" .....	69
Tabel 4.15	<i>Committed Buyer</i> Produk Kaos Merek "In Tee Shirt" .....	70

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Konsep <i>brand equity</i> .....	13
Gambar 2.2	Piramida <i>brand awareness</i> .....	15
Gambar 2.3	Diagram nilai dari kesan kualitas .....	28
Gambar 4.1	Diagram Kartesius <i>Brand Perceived Quality</i> Produk Kaos Merek "In Tee Shirt" .....	61