

**ANALISIS ASOSIASI MEREK KARTU PERDANA AS, JEMPOL, DAN IM3
STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**



Oleh :

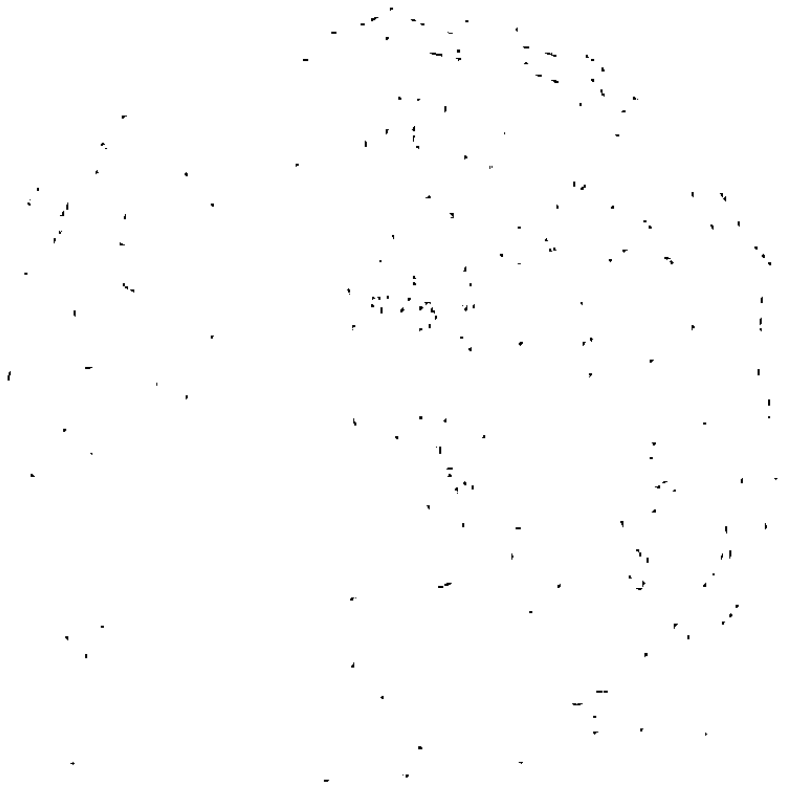
**KIRMANTO
20030410363**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2007**

**ANALISIS ASOSIASI MEREK KARTU PERDANA AS, JEMPOL, DAN IM3
STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

SKRIPSI

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



Oleh :

**KIRMANTO
20030410363**

HALAMAN PERSETUJUAN

**SKRIPSI
ANALISIS ASOSIASI MEREK KARTU PERDANA AS, JEMPOL, DAN IM3
STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

Diajukan oleh

KIRMANTO

20030410363

Telah disetujui Dosen Pembimbing

Pembimbing I

Agustus 2009

HALAMAN PENGESAHAN

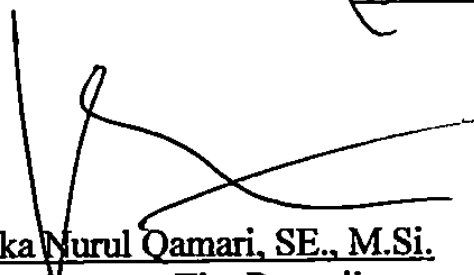
SKRIPSI
ANALISIS ASOSIASI MEREK KARTU PERDANA AS, JEMPOL, DAN IM3
STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

Diajukan oleh

KIRMANTO
20030410363

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal 25 September 2007
Yang terdiri dari


Hj. Munjiati Munawaroh, S.E., M.Si.
Ketua Tim Penguji


Ika Nurul Qamari, SE., M.Si.


Dra. Tri Maryati, MM.
Anggota Tim Penguji

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Kirmanto

Nomor Mahasiswa : 20030410363

menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : **“ANALISIS ASOSIASI MEREK KARTU PERDANA AS, JEMPOL, DAN IM3 STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH 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. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya orang lain atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan

MOTTO

- ✓ *Ya Tuhanku, berikanlah kepadaku hikmah dan pertemukanlah aku dengan orang-orang yang saleh, serta jadikanlah aku buah tutur yang baik bagi orang-orang yang datang kemudian. Dan jadikanlah aku termasuk golongan orang-orang yang mewarisi surga yang penuh kenikmatan.*

(Qs. Al-Syu'ara: 83-85)

- ✓ *Ya Tuhanku, tempatkanlah aku pada tempat yang diberkati dan Engkau adalah sebaik-baiknya Pemberi tempat.*

(Qs. Al-Mukminun: 29)

Kupersembahkan

Kepada:

Papa dan Mama Tercinta

Keluarga Besariku

Almamaterku

INTISARI

Asosiasi merek merupakan dasar untuk kualitas pembentukan citra merek dan ekuitas merek. Bagi pemasar asosiasi merek berguna dalam banyak hal, terutama untuk pengambilan keputusan dan perluasan merek produknya. Sedangkan bagi konsumen bisa dijadikan untuk dasar bagi pemilihan merek yang bermanfaat memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Dengan menggunakan 100 responden yaitu Mahasiswa UMY Yogyakarta. Penelitian ini mencoba mengidentifikasi asosiasi merek dari kartu perdana AS, Jempol, dan IM3 metode cochrane hasil penelitian menunjukkan Asosiasi merek kartu perdana AS yang paling diingat konsumen adalah memiliki teknologi yang canggih, bebas roaming nasional, mudah digunakan, hemat SMS, isi ulang yang mudah dan banyak bonusnya. Asosiasi merek kartu perdana Jempol yang paling diingat konsumen adalah berkualitas, memiliki teknologi yang canggih, bebas roaming nasional, jaringan kuat, mudah digunakan, harga yang terjangkau dan hemat telepon. Asosiasi merek kartu perdana IM3 yang paling diingat konsumen adalah jaringan yang kuat, bebas roaming nasional, memiliki fitur layanan yang lengkap, mudah digunakan, harga yang terjangkau, hemat telepon, hemat SMS dan banyak bonusnya.

Penelitian ini juga memetakan asosiasi masing-masing merek kartu perdana berdasar kategori konsumen melalui pendekatan Chi Square test hasilnya yaitu terdapat perbedaan asosiasi merek pada produk kartu perdana AS, Jempol dan IM3 berdasarkan karakteristik responden (jenis kelamin, uang saku dan usia).

Kata kunci : Ekuitas merek, citra merek, asosiasi merek

ABSTRACT

Brand Association represent basis for quality of forming of image of brand and equities brand. For distributor of brand association of useful in a lot of matter, especially for the decision making of its product brand extension and. While for consumer can be made to be elementary for worthwhile brand election fulfill the requirement and its desire. By using 100 responden that is Student of UMY Yogyakarta. This research try to identify the brand association from maiden card of AS, Jempol, and IM3 of method Cochran of result of research of showing of maiden card brand Association of most remembered by AS is a consumer is own the sophisticated technology, free of roaming national, is easy to used, economize the SMS, easy refill and a lot of its bonus. Maiden card Brand association of Jempol the most remembered by is a consumer is with quality, sophisticated have technology, free of roaming national, strong network, is easy to used, price reached and economize the telephone. Maiden card Brand association of most remembered by IM3 is a consumer is strong network, free of roaming national, owning complete futur service, is easy to used, reached price, economize the telephone, economical of SMS and a lot of bonus.

This research also map the association of each maiden card brand based on consumer category of through approach of Chi Square test its result that is there are difference of brand association of at product of card of maiden card AS, Jempol and IM3 of pursuant to characteristic responder gender, pocket money and age

Keyword : Equities brand, brand image, brand association

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi ini dengan judul **“ANALISIS ASOSIASI MEREK KARTU PERDANA AS, JEMPOL, DAN IM3 STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA”**.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi organisasi atau perusahaan dalam mengambil keputusan untuk menerbitkan saham perdana di bursa efek dan memberikan ide pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

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

1. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Ika Nurul Qamari, SE, M.Si yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.
3. Papa dan Mama serta adikku tersayang beserta keluarga besarku yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi.
4. Teman-teman dan semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir (skripsi) ini

Sebagai kata akhir, tidak ada yang sempurna di dunia ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diharapkan untuk kedelapan kami tulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
INTISARI.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan masalah	4
C. Perumusan masah	5
D. Tujuan penelitian	6
E. Manfaat penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Merek	7
1. Peranan dan kegunaan merek.....	7
2. Pengertian asosiasi merek	9
B. Hasil Penelitian Terdahulu	14
C. Hipotesis Penelitian.....	17
D. Kerangka Pemikiran	17

BAB III	METODE PENELITIAN	18
	A. Subyek Dan Obyek Penelitian	18
	B. Jenis Data	18
	C. Teknik Pengambilan Sampel.....	18
	D. Teknik Pengumpulan Data	20
	E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	20
	F. Uji Kualitas Instrumen Penelitian	22
	G. Uji Hipotesis Dan Analisis Data.....	24
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	26
	A. Analisis Diskriptif	26
	B. Karakteristik responden.....	26
	1. Jenis Kelamin Responden.....	26
	2. Besarnya Uang Saku Responden per bulan.....	27
	3. Usia Responden	27
	C. Uji Kualitas Instrumen Penelitian	28
	1. Uji Validitas.....	28
	2. Uji Reliabilitas.....	30
	D. Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	30
	1. Uji Cochran.....	30
	2. Uji Chi-Square.....	33
	3. Pembahasan	39
BAB V	SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN.....	42
	A. Simpulan	42
	B. Saran.....	42
	C. Keterbatasan Penelitian	42

DAFTAR TABEL

4.1	Jenis kelamin Responden	26
4.2	Uang Saku Responden	27
4.3	Usia Responden.....	28
4.4	Hasil analisis Validitas.....	29
4.5	Hasil Analisis Reliabilitas	30
4.6	Hasil Uji Cochran Merek AS	31
4.7	Hasil Uji Cochran Merek Jempol.....	32
4.8	Hasil Uji Cochran Merek IM3	32
4.9	Analisis Chi-Square merek AS	34
4.10	Kartu Perdana AS Berdasar Uang Saku Responden	35
4.11	Analisis Chi-Square Merek Jempol	36
4.12	Kartu Perdana Jempol Berdasar Uang Saku Responden	37
4.13	Analisis Chi-Square Merek IM3	38
4.14	Kartu Perdana Jempol Berdasar Jenis kelamin Responden	39

DAFTAR GAMBAR

21 Kerangka Pemikiran

17

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuisisioner**
- Lampiran 2 Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden**
- Lampiran 3 Hasil Analisis Deskriptif**
- Lampiran 4 Hasil Analisis Validitas dan Reliabilitas**
- Lampiran 5 Hasil Analisis Cochran**
- Lampiran 6 Hasil Analisis Chi square**