

ANALISIS MEREK PADA DETERGEN MEREK ATTACK

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen

Universitas Muhammadiyah

Yogyakarta



Disusun Oleh

Rahmad Hidayat

20010410187

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2007

SKRIPSI
ANALISIS MEREK PADA DETERGEN MEREK ATTACK

Diajukan Oleh
RAHMAD HIDAYAT
20010410187

Telah Disetujui Oleh:

Pembimbing I



Hasna Riniyati, SE, M.Si

NIK : 143006

Tanggal

SKRIPSI
ANALISIS MEREK PADA DETERGEN MEREK ATTACK

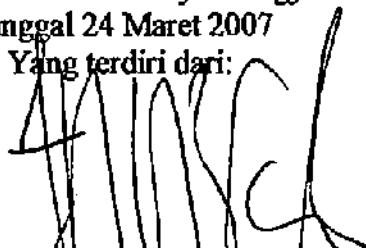
Diajukan oleh

RAHMAD HIDAYAT
20010410187


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

Tanggal 24 Maret 2007

Yang terdiri dari:



Fajarwati, S.E., M.Si
Ketua Tim Penguji



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



Supriyadi, Drs., M.M.
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Misbahul Anwar, SE., M.Si

NIK: 143014

PERNYATAAN

Dengan Ini saya menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya 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, 2-Juni-2007

Rahmad Hidayat

INTISARI

Merek merupakan salah satu faktor yang dapat mendukung sebuah produk agar dapat lebih mudah diterima oleh masyarakat. Adalah *memorability*, *uniqueness*, *pronounceability*, *image*, *consistency with overall branding strategy* merupakan beberapa faktor yang banyak dipertimbangkan perusahaan untuk menganalisa merek yang akan dilekatkan pada produknya. Dengan menganalisa mereknya, perusahaan dapat mengetahui apakah mereknya benar-benar sudah tepat untuk produknya.

Penelitian lain yang dijadikan referensi adalah penelitian yang dilakukan Khusniyah Purwani (2004). sampel diambil dari mahasiswa UMY yang mengetahui atau menggunakan sabun merek Attack. penelitian ini mengambil sampel 100 responden dan memakai metode *convenience sampling*.

Berdasarkan uji analisis faktor menunjukkan bahwa dari 15 item pertanyaan memunculkan 6 komponen penting, artinya dalam penamaan merek Attack yang terdiri dari lima sifat terdapat 6 komponen penting yang mempengaruhi persepsi konsumen terhadap merek Attack, dan dari lima sifat tersebut yang paling menonjol adalah *pronounceability*. Hasil penelitian ini menunjukkan sifat *memorability*, *pronounceability* dan *image* yang kuat sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Sedangkan *uniqueness* dan *consistency with overall branding strategy* tidak terbukti berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya bahwa nama merek Attack mudah diingat, memiliki keunikan ucapan, mudah diucapkan (dilafalkan), memiliki image yang baik, dan memiliki branding yang konsisten. Berdasarkan hasil tersebut bisa disimpulkan bahwa nama merek Attack adalah sebuah merek yang bagus.

Kata kunci : *Memorability, Uniqueness, Pronounceability, Image, Consistency With Overall Branding Strategy*

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

- ☒ *Bahwa pada dasarnya semua pengetahuan ilmiah adalah Semata-mata hidayah (petunjuk) dari Allah SWT yang diberikan kepada seluruh manusia.
(Qs. Al-Baqarah : 31)*
- ☒ *Imbangilah ilmumu dengan silaturahmi. (Penulis)*

Skripsi Ini Penulis Persembahkan Untuk:

1. *Buat kedua orang tuaku yang tak henti-hentinya memanjatkan do'a yang terbaik bagi anak-anaknya, serta tabah dan sabar dalam membesarkanku.*
2. *Kakakku La Yenti dan Yenni yang telah mendukungku walaupun dari jauh, tapi nasihatmu terasa dekat olehku.*
3. *Abangku Refriwaldy, walaupun tauladanmu buruk semasaaku kecil aku tetap bangga kepadamu, seiring bertambahnya kedewasaanmu dalam menghadapi hidup.*
4. *Buat keponakanku yang ganteng-ganteng Ozun dan Ifiq tutilah perintah orang tua kalian, insaallah kalian rasakan manfaatnya ketika nanti dewasa. Oh ya jangan lupa ibadah dari dini agar punya pondasi nantinya.*
5. *Buat adek Lulu, terimakasih sebesar-besarnya atas dukungan, perhatian dan motivasi yang diberikan yang takkan pernah kulupakan.*
6. *Buat anak-anak kelas C, DPA dan para pembaca semoga ini bermanfaat.*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Alhamdulillah saya haturkan kepada ALLAH SWT atas segala kehidupan yang telah diberikan limpahan rahmat dan hidayat yang tiada henti, sehingga penelitian yang berjudul “ Analisis Merek Pada Detergen Merek Attack” dapat terselesaikan.

Penulis menyadari benar bahwa masih banyak kekurangan dalam penelitian ini, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Mudah-mudahan penelitian ini bermanfaat bagi pembaca yang ingin mengetahui lebih banyak tentang merek..

Penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu terwujudnya penelitian ini, tidak lupa penulis ucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Dr. Khoirudin Basyori
2. Dekan Fakultas Ekonomi Bapak Misbachul Anwar SE, MM
3. Kepala Prodi Manajemen Ibu Hasnah Rimiati, SE, Msi.
4. Ibu Hasnah Rimiati, SE, Msi. Selaku Dosen Pembimbing, terimakasih atas motivasi kesabaran dan bantuannya.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi khususnya DPA saya ibu Ika Nurul Qomari.
6. Seluruh Staff Manajemen khususnya mas Dirman.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Penulis

4. Ekuitas Merek.....	17
5. Peran Ekuitas Merek	19
6. Asosiasi Merek	22
7. Presepsi Kulaitas.....	28
B. HASIL PENELITIAN TERDAHULU	32
C. HIPOTESIS	33
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Subyek Dan Obyek Penelitian	35
B. Teknik Pengambilan Sampel.....	35
C. Jenis Data.....	36
D. Teknik Pengumpulan Data	36
E. Definisi Operasional Variabel	37
F. Uji Kualitas Instrument.....	39
G. Uji Hipotesis Dan Analisa Data	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
A. Sejarah Muhammadiyah Dan UMY.....	43
B. Uji Kualitas Instrumen.....	49
C. Anlisis Dekriptif.....	51
D. Analisis Faktor.....	62
BAB V KESIMPULAN, SARAN dan KETERBATASAN MASALAH	72
A. Kesimpulan.....	72
B. Saran.....	73
C. Keterbatasan Masalah.....	73

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

4.1 Hasil pengujian Validitas Instrumen	50
4.2 Hasil Pengujian Reliabilitas Instrument Penelitian	51
4.3 Gambar Jenis Kelamin Responden.....	52
4.4 Gambar Usia Responden.....	53
4.5 Gambar Pendapatan Perbulan	53
4.6 Gambar Pengeluaran Perbulan.....	54
4.7 Gambar Variabel Memorability.....	55
4.8 Gambar Variabel Uniqueness.....	56
4.9 Gambar Variabel Pronounceability.....	57
4.10 Gambar Variabel Image.....	58
4.11 Gambar Variabel Consistency With Overall Corporate Branding Strategy	59
4.12 Deskriptif Statistik Variabel Penelitian	61
4.13 Hasil Uji Kelayakan Variabel.....	63
4.14 Analisis Komponen Utama.....	65
4.15 Rotated Component Matrix.....	66
4.16 Komponen Dari Analisis Faktor.....	69

DAFTAR GAMBAR

2.1 Konsep Ekuitas Merek	18
2.2 Nilai Asosiasi Merek	23

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I	Kuesioaner
LAMPIRAN II	Daftar Kuesioner
LAMPIRAN 1	Daftar Pertanyaan Dan Deskriptif Statistik
LAMPIRAN 2	Hasil Uji Validitas
LAMPIRAN 3	Hasil Uji Reliabilitas
LAMPIRAN 4	Gambaran Umum Responden
LAMPIRAN 5	Uji Analisis Deskriptif
LAMPIRAN 6	Data Penelitian Dan Frekuensi Tabel
LAMPIRAN 7	Hasil Analisis Faktor
LAMPIRAN 8	Tabel r Produk Moment