

**PERBANDINGAN BRAND EQUITY PRODUK NATASHA  
SKINCARE DENGAN ERHA SKINCARE DI JEMBER**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar Sarjana Manajemen**



**Oleh :**

**ERINA MAUIDHATUL HASANAH**

**16.1041.1139**

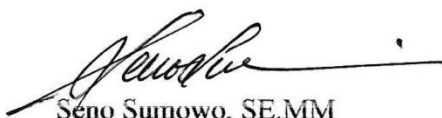
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
2020**

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul; *Perbandingan Brand Equity Produk Natasha Skincare dengan Erha Skincare Di Jember*, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : SELASA  
Tanggal : 10 MARET  
Tempat : FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

Tim Penguji,



Seno Sumowo, SE.MM  
NPK: 01 09 288

Anggota 1,



Budi Santoso, SE.MM.M.Ak  
NPK: 10 03 711

Anggota 2,




Haris Hermawan, SE.MM  
NPK: 15 03 643

Mengesahkan :



Dekan,  
Arik Susbiyani, SE.,M.Si.  
NPK :01 09 289

Ketua Program Studi



Haris Hermawan, SE.MM  
NPK : 15 03 643

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **ERINA MAUIDHATUL HASANAH**

NIM : **16.1041.1139**

Prodi : **MANAJEMEN**

Dengan ini menyatakan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : PERBANDINGAN BRAND EQUITY PRODUK NATASHA SKINCARE DENGAN ERHA SKINCARE DI JEMBER; adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 30 Desember 2019

Yang mer



Erina Maudhatul

NIM. 16.1041.1139



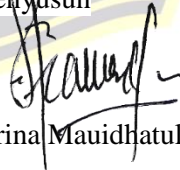
## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya yang tiada terkira besarnya. Akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan “Perbandingan *Brand Equity* Produk Natasha *Skincare* Dengan Erha *Skincare* Di Jember”.

Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi Ekonomi (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. dalam penyusunannya, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Arik Susbiyani, SE.Msi selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
2. Bapak Budi Santoso, SE.MM.M,Ak selaku dosen pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan, dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
3. Bapak Haris Hermawan, SE.MM selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan, dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
4. Bapak Seno Sumowo, SE.MM selaku dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Seluruh staff/Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis.

Jember, 2019  
Penyusun

  
Erina Maudhatul Hasanah

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>PERNYATAAN PENULIS</b> .....	ii
<b>PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>MOTTO</b> .....	v
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>ABSTRAC</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Pemasaran .....	8
2.2 Konsep Merek .....	9
2.3 Ekuitas Merek ( <i>brand equity</i> ) .....	9
2.4 Elemen-Elemen Ekuitas Merek .....	10
2.4.1 Kesadaran Merek ( <i>brand awareness</i> ) .....	10
2.4.2 Asosiasi Merek ( <i>brand association</i> ) .....	11
2.4.3 Persepsi Kualitas ( <i>perceived quality</i> ) .....	12
2.4.4 Loyalitas Merek ( <i>brand loyalty</i> ) .....	13
2.5 Penelitian Terdahulu .....	14
2.6 Kerangka Konseptual .....	15
2.7 Hipotesis.....	16
2.7.1 Perbandingan Kesadaran Merek ( <i>brand awareness</i> ) .....	16
2.7.2 Perbandingan Asosiasi Merek ( <i>brand association</i> ) .....	17
2.7.3 Perbandingan Persepsi Kualitas ( <i>perceived quality</i> ) .....	17
2.7.4 Perbandingan Loyalitas Merek ( <i>brand loyalty</i> ) .....	17
<b>BAB 3 METODELOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Definisi Operasional Variabel.....	18
3.2 Desain Penelitian .....	19
3.3 Jenis Data .....	19
3.3.1 Data Primer.....	19
3.3.2 Data Sekunder .....	20
3.4 Teknik Pengambilan Sampel .....	20
3.4.1 Populasi .....	20
3.4.2 Sampel .....	20
3.5 Tehnik Pengumpulan Data .....	21

3.5.1 Kuisoner .....	22
3.6 Tehnik Analisis Data.....	22
3.6.1 Analisa Deskriptif Kualitatif .....	22
3.6.2 Analisa Kuantitatif.....	23
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	28
4.1.1 Gambaran Umum Natasha Clinic Center Jember.....	28
4.1.2 Visi dan Misi Natasha Skin Clinic Center Jember .....	28
4.2 Aspek Personalia .....	29
4.2.1 Struktur Organisasi Natasha Skin Clinic Center Jember .....	29
4.3 Aspek Operasional .....	30
4.4 Aspek Pemasaran .....	30
4.1.3 Gambaran Umum Erha Skin Jember .....	31
4.1.4 Visi dan Misi Erha Skin Jember .....	31
4.5 Aspek Personalia .....	32
4.5.1 Struktur Organisasi Erha Skin Jember.....	32
4.6 Aspek Operasional .....	32
4.7 Aspek Pemasaran .....	33
4.8 Deskripsi Statistik Responden.....	34
4.8.1 Identitas Responden.....	34
4.9 Analisis Deskriptif Pernyataan Responden .....	34
4.10 Analisis Data .....	35
4.10.1 Pengujian Validitas Data .....	38
4.10.2 Pengujian Reabilitas Data.....	38
4.10.3 Uji Independent T Test.....	40
4.11 Pembahasan .....	40
4.11.1 Analisis Brand Awareness Natasha dengan Erha.....	41
4.11.2 Analisa Brand Assosiation Natasha dengan Erha.....	42
4.11.3 Analisa Perceived Quality Natasha dengan Erha .....	42
4.11.4 Analisa Brand Loyalty Natasha dengan Erha.....	43
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	45
5.2 Saran.....	45
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>46</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Petunjuk Pengisian Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 Rekapitulasi Hasil Kuesioner
- Lampiran 4 Rekapitulasi Jawaban Responden
- Lampiran 5 Frekuensi Pernyataan Responden
- Lampiran 6 Uji Validitas
- Lampiran 7 Hasil Uji Reabilitas
- Lampiran 8 Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 9 Hasil Uji Independent T-Test
- Lampiran 10 Dokumentasi

