

**KOMPARASI EKUITAS MEREK SAMPO CUSSON DAN MY BABY PADA
PELANGGAN TOKO TRY JAYA SUKOWONO**

SKRIPSI

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



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

PENGESAHAN

Skripsi berjudul : Komparasi Ekuitas Merek Sampo Cussons Dan My Baby Pada Pelanggan Toko Try Jaya Sukowono, telah diujikan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Rabu

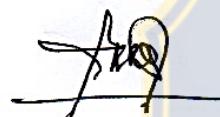
Tanggal : 11 Maret 2020

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim penguji,


Drs. M Naely Azhad, M.Si
NIP 196612311993031006

Anggota 1,


Budi Santoso, SE, MM,MAk
NPK 10 03 711

Anggota 2,


Haris Hermawan, SE, MM
NPK 15 03 640

Mengesahkan


Dr. Arik Susbiyani, SE, M.Si
NPK 01 09 289

Ketua Program Studi,


Haris Hermawan, SE, MM
NPK 15 03 640

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Isnain Septiyoriansyah

NIM : 1610411067

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : **KOMPARASI EKUITAS MEREK SAMPO CUSSONS DAN MY BABY PADA PELANGGAN TOKO TRY JAYA SUKOWONO** adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada insitusi 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, Maret 2020

Yang menyatakan



Isnain Septiyoriansyah

NIM. 1610411067

KATAPENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat serta kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “KOMPARASI EKUITAS MEREK SAMPO CUSSON DAN MY BABY PADA PELANGGAN TOKO TRY JAYA SUKOWONO”.

Tujuan penulisan skripsi ini untuk memenuhi sebahagian syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada program studi Manajemen (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. Terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis menghaturkan terima kasih yang sebesar-besarnya bagi semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun materil baik langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, terutama kepada yang saya hormati:

1. Dr. Arik Susbiyani. Msi selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberi ijin kepada penulis.
2. Budi Santoso, SE, MM selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan sehingga tersusunnya skripsi ini.
3. Haris Hermawan, SE, MM selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan sehingga tersusunnya skripsi ini.
4. M.Naely Azhad,Msi selaku Pengaji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Seluruh staf pengajaran dan dosen fakultas ekonomi universitas muhammadiyah jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya staf pengajaran prodi manajemen.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan.

Jember,15 Desember 2019

Penulis,

ISNAIN SEPTIYORIANSYAH
NIM 16.1041.1067

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	8
2.1.2 Konsep Manajemen Pemasaran.....	8
2.1.3 Pengertian Perilaku Konsumen	10
2.1.4 Model Perilaku Konsumen.....	10
2.1.5 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	11
2.1.6 Merek	15
2.1.6.1 Pengertian Merek	15
2.1.6.2 Tujuan Merek	16
2.1.6.3 Ekuitas Merek	17
2.1.6.4 Manfaat Ekuitas Merek	19
2.1.7 Elemen-Elemen Ekuitas Merek	19
2.1.7.1 Definisi Brand Awareness (Kesadaran Merek)	19
2.1.7.2 Definisi Brand Association (Asosiasi Merek)	21
2.1.7.3 Definisi Preceived Quality (Persepsi Kualitas)	22
2.1.7.4 Definisi Brand Loyalty (Loyalitas Merek)	23
2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Kerangka Konseptual	26
2.4 Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Desain Penelitian	28
3.2 Identifikasi Variable.....	28
3.3 Definisi Operasional Variable	28
3.4 Jenis Data	29
3.4.1 Data Primer	29
3.4.2 Data Sekunder.....	29
3.5 Teknik Pengambilan Sampel	29
3.5.1 Pengertian Populasi	29
3.5.2 Sample (Teknik Pengambilan Sample)	30
3.5.2.1 Kriteria Sampel	30
3.6 Teknik Pengumpulan Data	30
3.7 Teknik Analisis Data	31
3.7.1 Uji Instrumen Data	31
3.7.1.1 Uji Validitas	31
3.7.1.2 Uji Reliabilitas	32
3.7.1.3 Uji Normalitas	33
3.7.1.4 Uji Independent T-test	33

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	36
4.1.1 Sejarah Singkat Toko Try Jaya Sukowono.....	36
4.1.2 Visi	36
4.1.3 Misi	36
4.2 Aspek Personalia	37
4.2.1 Struktur Organisasi	37
4.2.2 Fungsi dan Tugas Jabatan	37
4.2.3 Jumlah Tenaga Kerja	37
4.2.4 Jam Kerja	38
4.3 Aspek Pemasaran	38
4.3.1 Daerah Pemasaran.....	38
4.3.2 Strategi Pemasaran	38
4.4 Jenis Data Untuk Kebutuhan Analisis	38
4.4.1 Deskripsi Statistik Responden	38
4.4.2 Deskriptif Variable Penelitian	39
4.4.2.1 Asosisasi Merek	40
4.4.2.2 Persepsi Kualitas Merek	41
4.4.2.3 Loyalitas Merek	42
4.4.2.4 Ekuitas Merek Sampo Cussons	44
4.4.2.5 Ekuitas Merek Sampo My Baby.....	44
4.5 Analisis Data	44
4.5.1 Pengujian Instrumen Data	44
4.5.1.1 Pengujian Validitas Data	45
4.5.1.2 Pengujian Reliabilitas Data	45
4.6 Uji Normalitas	46
4.7 Uji Beda Berpasangan	46
4.8 Pembahasan	48
4.8.1 Brand Association	48
4.8.2 Brand Preceived Quality	48
4.8.3 Brand Loyality	48
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	49
5.1 Kesimpulan	49
5.2 Keterbatasan Penelitian	49
5.3 Saran	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuisioner Penelitian

Lampiran 2: Karakteristik Responden

Lampiran 3: Rekapitulasi Kuisioner

Lampiran 4: Frekuensi Pernyataan Responden

Lampiran 5: Hasil Uji Validitas

Lampiran 6: Hasil Uji Realibilitas

Lampiran 7: Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov dan Uji Man Whitney T test

Lampiran 8: Tabel r *Product Moment*

Lampiran 9: Dokumentasi

