

**PERBANDINGAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP *PARENT BRAND* DAN *BRAND EXTENSION* ANTARA PEPSODENT *WHITE* PENCEGAH GIGI BERLUBANG DAN PEPSODENT HERBAL
(Studi Kasus Pada Segmentasi Konsumen yang Berbelanja di Giant Ekspres Jember)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Oleh :

AMALIA EVA NURHADI

16.1041.1130

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

2020

**PERBANDINGAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP *PARENT BRAND* DAN *BRAND EXTENSION* ANTARA PEPSODENT *WHITE* PENCEGAH GIGI BERLUBANG DAN PEPSODENT HERBAL
(Studi Kasus Pada Segmentasi Konsumen yang Berbelanja di Giant Ekspres Jember)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Oleh :

AMALIA EVA NURHADI

16.1041.1130

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

2020

PERNYATAAN PERSETUJUAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Amalia Eva Nurhadi

NIM : 1610411130

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: **PERBANDINGAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP PARENT BRAND DAN BRAND EXTENSION ANTARA PEPSODENT WHITE PENCEGAH GIGI BERLUBANG DAN PEPSODENT HERBAL (Studi Kasus Pada Segmentasi Konsumen yang Berbelanja di Giant Ekspres Jember)**. adalah hasil karya sendiri, kecuali jika dalam beberapa 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 dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 17 Juni 2020

Yang menyatakan



Amalia Eva Nurhadi

NIM. 1610411130

SKRIPSI

PERBANDINGAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP *PARENT BRAND* DAN *BRAND EXTENSION* ANTARA PEPSODENT WHITE PENCEGAH GIGI BERLUBANG DAN PEPSODENT HERBAL

(Studi Kasus Pada Segmentasi Konsumen yang Berbelanja di Giant
Ekspres Jember).



Oleh :

AMALIA EVA NURHADI

16.1041.1130

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama

: Dr. Toni Herlambang, MM.

Dosen Pembimbing Pendamping

: Ira Puspita Dewi, SE, MM.

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul: **PERBANDINGAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP PARENT BRAND DAN BRAND EXTENSION ANTARA PEPSODENT WHITE PENCEGAH GIGI BERLUBANG DAN PEPSODENT HERBAL (Studi Kasus Pada Segmentasi Konsumen yang Berbelanja di Giant Ekspres Jember)** telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 17 Juni 2020

Tempat : Jember

Tim Penguji



Drs. Akhmad Suharto, MP
NPK. 89 06 242

Anggota 1,



Dr. Toni Herlambang, MM
NPK. 06 03 425

Anggota 2,



Ira Puspitadewi S., SE, MM
NPK. 15 09 652

Mengesahkan

Dekan,



Maheni Ika Sari, SE, MM
NPK : 0011087701

Ketua Jurusan



Haris Hermawan, SE, MM
NPK. 15 03 643

MOTTO

Carilah ilmu sekalipun di negeri Cina, karena sesungguhnya mencari ilmu itu wajib bagi seorang muslim laki-laki dan perempuan. Dan sesungguhnya para malaikat menaungkan sayapnya kepada orang yang menuntut ilmu karena ridho terhadap amal perbuatannya.

(H.R Ibnu Abdul Baar)

Karena kita masih bernafas, semoga tidak lupa untuk bersyukur sebelum mengeluh. Memberi sebelum meminta berdo'a sebelum berjuang

(Fiersa Besari)

Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau sudah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.

(QS. Al-Insyira:6:8)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman, dan kasihNya sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Dalam kesempatan ini saya ucapkan banyak- banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya:

- Terima kasih kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmatnya sehingga saya dapat mengerjakan skripsi ini dengan maksimal serta telah memberikan kemudahan bagi saya untuk mengerjakan skripsi ini.
- Terima kasih kepada Ibu saya Suniah yang tidak henti-hentinya mendoakan, mendukung, membimbing, memahami dan mensupport saya dalam hal kebaikan apapun.
- Terima kasih kepada Ayah saya Didik Nurhadi yang telah bekerja keras untuk menghidupi saya dan keluarga, yang tidak henti-hentinya mendoakan, mendukung, membimbing, memahami dan mensupport saya dalam hal kebaikan apapun.
- Terima kasih Kakek saya Lasmat , nenek saya Sainem dan Uti saya Kartipa yang tidak henti-hentinya mendoakan, membimbing dan mendukung dalam hal kebaikan apapun.
- Terima kasih kepada Mawan Trikanada yang selalu bersedia membantu, menemani, mendukung dan selalu memberi semangat kepada saya.
- Terimakasih kepada sahabat selama kuliah yaitu Hijaber's yang selalu bersedia membantu, mendukung satu sama lain, saling mengingatkan atau selalu memberi semangat dan direpotkan selama proses penulisan skripsi ini.
- Terima kasih kepada Seluruh teman-teman seperjuangan khususnya kelas Manajemen D Fakultas Ekonomi yang telah bersama-sama belajar sejak tahun 2016 sampai saat ini.
- Terima kasih kepada dosen pembimbing dan dosen penguji saya yang bersedia membimbing saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini antara lain ialah Dr. Toni Herlambang, MM. , Ira Puspitadewi S, SE, MM. , Drs. Akhmad Suharto, MP
- Terima kasih kepada Almamater saya Universitas Muhammadiyah Jember yang saya banggakan yang selalu memberikan cerita selama 3 tahun lebih, terutama Fakultas Ekonomi.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayahNya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Perbandingan Persepsi Konsumen Terhadap *Parent Brand* dan *Brand Extension* Antara Pepsodent White Pencegah Gigi Berlubang dan Pepsodent Herbal (Studi Kasus Pada Segmentasi Konsumen yang Berbelanja di Giant Ekspres Jember)**.

Peneliti merasa bahwa dalam penyusunan skripsi ini peneliti banyak mendapat masukan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Hanafi, M,Pd, selaku Rektorat Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Ibu Dr. Arik Susbiyani, MSi., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Bapak Haris Hermawan, SE, MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Bapak Dr. Toni Herlambang, MM., selaku pembimbing I, Ibu Ira Puspitadewi S, SE, MM., selaku pembimbing II, dan Drs. Akhmad Suharto, MP , selaku penguji yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberi pengarahan untuk kesempurnaan skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan staff fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember terutama Program Studi Manajemen.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih belum sempurna oleh karena itu penelilit mengharapkan berbagai kritik dan saran yang bersifat membangun bagi penelilitan lain. Akhir kata peneliti mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pembacanya dan sebagai wawasan penambah pengetahuan serta pemikiran. Semoga Allah SWT tetap memberikan rahmat dan hidayahnya kepada kita semua.

Jember, 17 Juni 2020

Amalia Eva Nurhadi

| | |
|---|-------------|
| HALAMAN SAMPUL | i |
| HALAMAN JUDUL | ii |
| PERNYATAAN PENULIS | iii |
| PERSETUJUAN SKRIPSI | iv |
| PENGESAHAN SKRIPSI | v |
| MOTTO | vi |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | vii |
| ABSTRAK | viii |
| ABSTRACT | ix |
| KATA PENGANTAR | x |
| DAFTAR ISI | xi |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 8 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 8 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 8 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 9 |
| 2.1 Landasan Teori | 9 |
| 2.1.1 Pemasaran..... | 9 |
| 2.1.2 Merek (<i>Brand</i>)..... | 9 |
| 2.1.3 Merek Induk (<i>Parent Brand</i>)..... | 10 |
| 2.1.4 Perluasan Merek (<i>Brand Extension</i>) | 10 |
| 2.1.5 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perluasan Merek..... | 11 |
| 2.1.6 Persepsi Konsumen | 12 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu | 13 |
| 2.3 Kerangka Konseptual..... | 15 |
| 2.4 Hipotesis | 16 |
| 2.4.1 Perbandingan Persepsi Konsumen Berdasarkan <i>Parent Brand</i> | 16 |
| 2.4.2 Perbandingan Persepsi Konsumen Berdasarkan <i>Brand Extension</i> | 17 |
| BAB III METODELOGI PENELITIAN | 18 |
| 3.1 Definisi Operasional Variabel..... | 18 |
| 3.2 Desain penelitian..... | 19 |
| 3.3 Jenis Data..... | 20 |
| 3.3.1 Data Primer | 20 |
| 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 Kuisioner | 21 |
| 3.6 Metode Analisis Data | 22 |
| 3.6.1 Analisa Kuantitatif | 22 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 25 |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian | 25 |
| 4.1.1 Gambaran Umum Giant | 25 |
| 4.1.2 Visi dan Misi Giant | 26 |
| 4.1.3 Struktur Organisasi Giant | 26 |
| 4.1.4 Gambaran Pepsodent <i>White</i> Pencegah Gigi Berlubang | 28 |
| 4.1.5 Gambaran Pepsodent Herbal | 29 |
| 4.2 Deskripsi Statistik Responden | 29 |
| 4.1.1 Identitas Responden | 29 |
| 4.3 Analisis Deskriptif Pernyataan Responden dan Rata-Rata Indikator..... | 30 |
| 4.3.1 Pernyataan Responden Pepsodent <i>White</i> Pencegah Gigi Berlubang ... | 31 |
| 4.3.2 Pernyataan Responden Produk Pepsodent Herbal | 34 |
| 4.4 Analisa Data..... | 37 |
| 4.4.1 Pengujian Validitas Data | 37 |
| 4.4.2 Pengujian Reliabilitas Data | 38 |
| 4.4.3 Pengujian Normalitas Data..... | 38 |
| 4.4.4 Uji <i>Independent T-Tes</i> | 39 |
| 4.5 Pembahasan | 40 |
| 4.5.1 Perbedaan Parent Brand (Merek Induk) antara Pepsodent White Pencegah Gigi Berlubang dan pepsodent Herbal..... | 40 |
| 4.5.2 Perbedaan Brand Extension (Perluasan Merek) antara Pepsodent White Pencegah Gigi Berlubang dan Pepsodent Herbal | 40 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 41 |
| 5.1 Kesimpulan | 41 |
| 5.2 Saran | 41 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 42 |
| LAMPIRAN | |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1.1 Data Top Brand Award Kategori Pasta Gigi | 4 |
| Tabel 1.2 Data Harga Pasta Gigi Pepsodent..... | 5 |
| Tabel 1.3 Data Pengguna Pepsodent White dan pepsodent Herbal 2016-2018 | 6 |
| Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu..... | 13 |
| Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel | 18 |
| Tabel 4.1 Responden Menurut jenis Kelamin | 30 |
| Tabel 4.2 Responden Menurut Usia | 30 |
| Tabel 4.3 Frekuensi Tanggapan Responden Mengenai <i>Parent Brand</i> Produk Pepsodent <i>White</i> Pencegah Gigi Berlubang | 31 |
| Tabel 4.4 Frekuensi Tanggapan Responden Mengenai <i>Brand Extension</i> Produk Pepsodent Pencegah Gigi Berlubang | 32 |
| Tabel 4.5 Frekuensi Tanggapan Responden Mengenai Persepsi Konsumen Produk Pepsodent Pencegah Gigi Berlubang | 33 |
| Tabel 4.6 Frekuensi Tanggapan Responden Mengenai <i>Parent Brand</i> Produk Pepsodent Herbal | 34 |
| Tabel 4.7 Frekuensi Tanggapan Responden Mengenai <i>Brand Extension</i> produk Pepsodent Herbal | 35 |
| Tabel 4.8 Frekuensi Tanggapan Responden Mengenai Persepsi Konsumen produk Pepsodent Herbal | 36 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas..... | 37 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas | 38 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas | 39 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji T-Test | 39 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 2.1 Kerangka Konseptual | 15 |
| Gambar 4.1 Logo Giant | 25 |
| Gambar 4.2 Struktur Organisasi..... | 26 |
| Gambar 4.3 Logo Pepsodent <i>White</i> Pencegah Gigi Berlubang | 28 |
| Gambar 4.4 Logo Pepsodent Herbal | 29 |



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Data Hasil Kuesioner Pepsodent *White* Pencegah Gigi Berlubang
- Lampiran 3 Data Hasil Kuesioner Pepsodent Herbal
- Lampiran 4 Hasil Pengujian Produk Pepsodent *White* Pencegah Gigi Berlubang dan Pepsodent Herbal
- Lampiran 5 Hasil Uji Independent T-Test antara Pepsodent *White* Pencegah Gigi Berlubang dan Pepsodent Herbal
- Lampiran 6 R-Table Uji Validitas dan T-Table Uji Independent T-Test
- Lampiran 7 Surat Izin Penelitian
- Lampiran 8 Dokumentasi

