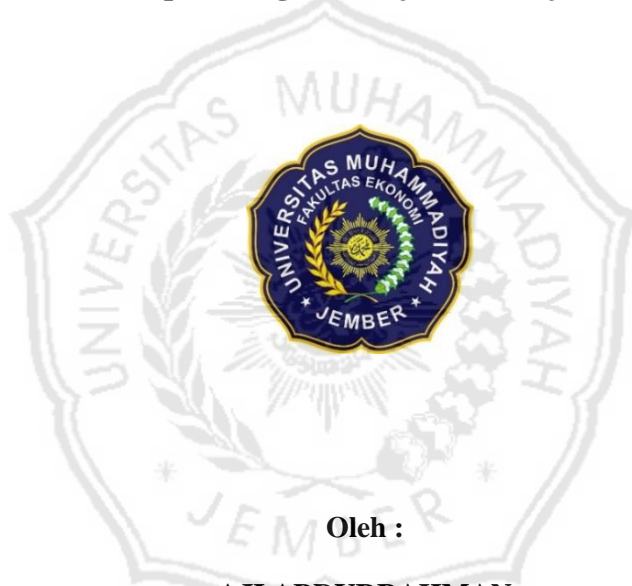


**ANALISIS PERBANDINGAN DIFERENSIASI PRODUK  
DAN CITRA MEREK *FACIAL FOAM MENS BIORE* DAN  
GARNIER**

( Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen UM Jember )

**SKRIPSI**

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



Oleh :

**AJI ABDURRAHMAN**

**NIM. 15.10411.133**

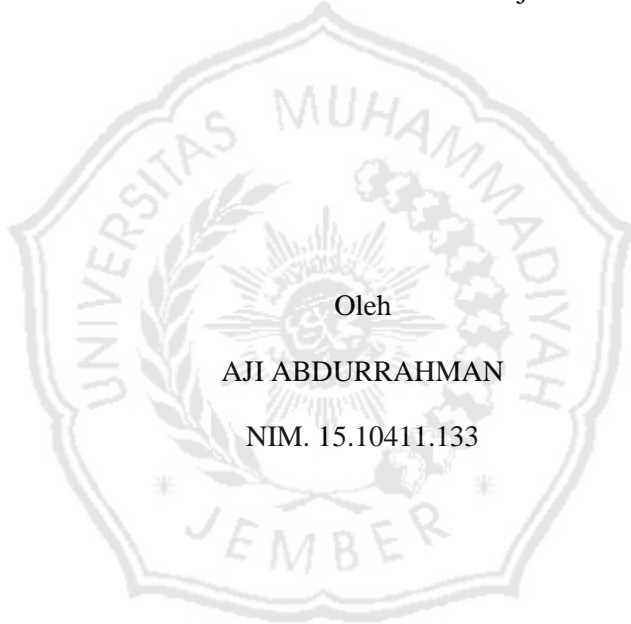
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

**2019**

# **SKRIPSI**

## **ANALISIS PERBANDINGAN DIFERENSIASI PRODUK DAN CITRA MEREK *FACIAL FOAM MENS BIORE* DAN *GARNIER***

( Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen UM Jember )



Oleh  
**AJI ABDURRAHMAN**  
NIM. 15.10411.133

Pembimbing:

Dosen Pembimbing 1 : Bayu Wijyantini, SE, MM

Dosen Pembimbing 2 : Nur Saidah, SE, MM

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Aji Abdurrahman

Nim : 15.10411.133

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar - benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : ANALISIS PERBANDINGAN DIFERENSIASI PRODUK DAN CITRA MEREK *FACIAL FOAM MENS* BIORE DAN GARNIER adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada istitusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab 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 dihukum, jika ternyata dikemudian hari pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 11 Juli 2019

Yang menyatakan,

Aji Abdurrahman

NIM. 15.1041.1133

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul: *Analisis Perbandingan Diferensiasi Produk dan Citra Merek Facial Foam Mens Biore dan Garnier*, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Nama : Aji Abdurrahman

Nim : 1510411133

Hari :

Tanggal :

Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah  
Jember

Tim Penguji

Maheni Ika Sari, SE,MM  
NIP: 197708112005012001

Anggota 1

Anggota 2

Bayu Wijayantini, SE,MM

NPK: 10 09 061

Nur Saidah,SE,MM

NPK: 15 09 637

Mengesahkan:

Dekan

Ketua Jurusan

Dr.Arik Susbiyani,SE,M.Si

NPK: 01 09 289

Haris Hermawan,SE,MM

NPK: 15 03 643

## MOTTO

“SAYA CINTA DIRI SAYA , SAYA SANGAT BAHAGIA , SAYA PASTI BISA”

“SELESAIKAN APA YANG KAMU MULAI”

“BADAI PASTI BERLALU”

“NOTHING IS IMPOSSIBLE”

“ HIDUP HANYA SEKALI , CIPTAKAN SEJARAH DIRIMU”



## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat, Taufiq, beserta HidayahNya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan dan tak lupa Sholawat serta Salam tetap tercurah limpahkan pada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman jahiliyah menuju zaman terang benderang pada saat ini. Dalam kesempatan ini saya ucapkan banyak-banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya:

1. Allah SWT atas segala berkah rahmat dan rizki-Nya, serta kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW.
2. Orang Tua yang senantiasa memberi do'a, dukungan, kepercayaan, motivasi serta kasih sayang serta pengorbanan selama ini.
3. Seluruh anggota keluarga, saudara, yang selalu mendoakan hingga terselesaikannya Skripsi ini.
4. Manajemen C 2015 sebagai keluarga baru selama menempuh masa perkuliahan yang telah memberikan, dukungan, ide yang inspiratif, dan kritikan.
5. Dr. Arik Susbiani, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberi ijin penelitian kepada penulis.
6. Bapak Haris Hermawan,SE,MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
7. Staf pengajar semua dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang memberikan ilmu dan bimbingan kepada saya terutama :  
Bayu Wijayantini, SE,MM,, selaku dosen pembimbing utama,  
Ibu Nursaidah,SE,MM, selaku dosen pembimbing pendamping  
Maheni Ika Sari, SE, MM, selaku dosen penguji
8. Keluarga Kodok Squad yang terbaik dan yang ku sayangi @Panji, @Asfi, @Eva, @Juriya & @Isde yang telah memberikan support hingga terselesaikannya Skripsi ini dan tetaplah menjadi sahabat sejati seutuhnya walaupun nanti bakal jarang jumpa bersama lagi. *Thanks guys.*
9. Calon istri , Semoga kita segera di pertemukan , aminn .wkwkw

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puja dan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat serta hidayatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “ ANALISIS PERBANDINGAN DEFERENSIASI PRODUK DAN CITRA MEREK *FACIAL FOAM MENS* BIORE DAN GARNIER”. Tujuan penulisan skripsi ini untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Manajemen (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. terselesaikan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis menghaturkan terimakasih 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. Ibu Dr. Arik Susbiani, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberi ijin penelitian kepada penulis.
2. Bapak Haris Hermawan,SE,MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
3. Ibu Maheni Ika Sari, SE, MM, selaku dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan dan arahan yang berrmanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
4. Ibu Bayu Wijayantini, SE,MM,, selaku dosen pembimbing utama yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan sehingga tersusunnya skripsi ini.
5. Ibu Nursaidah,SE,MM, selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan sehingga tersusunnya skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan staf pengajaran Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang memberikan ilmu dan bimbingan kepada penulis. Teman – teman Seperjuangan Fakultas Ekonomi Manajemen dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember 2015 tanpa terkecuali atas kebersamaan.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih belum sempurna, oleh karena itu peneliti mengharapkan berbagai kritik dan saran yang bersifat membangun bagi penelitian. Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada pihak yang telah membantu dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan.

Jember, 11 Juli 2019  
Peneliti

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	I
<b>PERNYATAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>MOTTO</b> .....	iv
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
<b>1.1. Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	7
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	8
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	8
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b>	
<b>2.1 Pemasaran</b> .....	10
2.1.1 Pengertian pemasaran .....	10
2.1.2 Unsur unsur utama pemasaran .....	10
<b>2.2 Produk</b> .....	11
2.2.1 Pengertian produk .....	11
<b>2.3 Deferensiasi Produk</b> .....	11
2.3.1 Pengertian deferensiasi produk.....	11
2.3.2 Indikator deferensiasi produk .....	12
<b>2.4 Merek</b> .....	14
2.4.1 Pengertian merek .....	14
2.4.2 Pengertian citra merek .....	14
2.4.3 Indikator citra merek .....	14
<b>2.5 Penelitian Terdahulu</b> .....	15
<b>2.6 Kerangka Konsep</b> .....	18
<b>2.7 Hipotesis</b> .....	18
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN</b>	
<b>3.1 Identifikasi Variabel</b> .....	22
<b>3.2 Definisi Operasional Variabel</b> .....	22
3.2.1 Deferensiasi produk.....	22
3.2.2 Citra merek.....	22



<b>3.3</b>	<b>Desain Penelitian</b> .....	23
<b>3.4</b>	<b>Tempat dan waktu penelitian</b> .....	23
<b>3.5</b>	<b>Teknik Pengambilan Populasi dan Sampel</b> .....	23
<b>3.6</b>	<b>Jenis dan Sumber Data</b> .....	24
<b>3.7</b>	<b>Metode Pengumpulan Data</b> .....	24
	3.7.1 Teknik pengumpulan data.....	25
<b>3.8</b>	<b>Tekhnik Analisis Data</b> .....	25
	3.8.1 Statistik Deskriptif.....	25
	3.8.2 Uji Validitas Data.....	25
	3.8.3 Uji Reabilitas.....	26
	3.8.4 Uji Normalitas.....	26
	3.8.5 Uji Homogenitas.....	27
	3.8.6 Uji Beda / Uji Hipotesis.....	27
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN</b>		
<b>4.1</b>	<b>Gambaran Umum Objek Penelitian</b> .....	28
	4.1.1 Sejarah Produk Biore Mens.....	28
	4.1.2 Sejarah Produk Garnier Mens.....	29
	4.1.3 Mahasiswa FEB UMJ.....	30
	4.1.4 Karakteristik Responden.....	31
<b>4.2</b>	<b>Hasil Analisis Data</b> .....	31
	4.2.1 Statistik Deskriptif.....	31
	4.2.2 Uji Validitas Data.....	32
	4.2.3 Uji Reabilitas.....	33
	4.2.4 Uji Normalitas.....	34
	4.2.5 Uji Homogenitas.....	35
	4.2.6 Uji Beda / Uji Hipotesis.....	36
<b>4.3</b>	<b>Deskripsi Frekuensi Jawaban Pernyataan</b> .....	36
	4.3.1 Frekuensi Jawaban <i>Facial Foam Mens Biore</i> .....	37
	4.3.2 Frekuensi Jawaban <i>Facial Foam Mens Garnier</i> .....	40
<b>4.4</b>	<b>Pembahasan</b> .....	43
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN</b>		
<b>5.1</b>	<b>Kesimpulan</b> .....	45
<b>5.2</b>	<b>Saran</b> .....	45
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		47
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....		
<b>JADWAL PENELITIAN</b> .....		

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Peringkat Merek <i>Facial Foam</i> di Indonesia Tahun 2017-2019..	3
Tabel 1.2 Perbandingan Produk <i>Facial Foam Mens Biore</i> Dan <i>Garnier</i>	4
Tabel 1.3 Pengguna <i>Facial Foam Mens</i> Pada Mahasiswa FEB UMJ.....	5
Tabel 4.1 Hasil Uji Deskriptif <i>Facial Foam Mens Biore</i> dan <i>Garnier</i> .....	31
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Produk <i>Biore Mens</i> .....	32
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Produk <i>Garnier Mens</i> .....	33
Tabel 4.4 Hasil Uji Reabilitas <i>Biore Mens</i> .....	34
Tabel 4.5 Hasil Uji Reabilitas <i>Garnier Mens</i> .....	34
Tabel 4.6 Hasil Uji <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i> .....	35
Tabel 4.7 Hasil Uji Homogenitas .....	35
Tabel 4.8 Hasil Uji Beda <i>Independent Sampel T test</i> .....	36
Tabel 4.9 Frekuensi Deferensiasi Produk <i>Facial Foam Mens Biore</i> .....	37
Tabel 4.10 Frekuensi Citra Merek <i>Facial Foam Mens Biore</i> .....	40
Tabel 4.11 Frekuensi Deferensiasi Produk <i>Facial Foam Mens Garnier</i>	45
Tabel 4.12 Frekuensi Citra Merek <i>Facial Foam Mens Garnier</i> .....	47

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Model Penelitian .....	18
Gambar 4.1 Logo <i>Mens Biore</i> .....	29
Gambar 4.2 Logo <i>Mens Garnier</i> .....	30



## LAMPIRAN

**Lampiran 1** Kuisioner

**Lampiran 2** Rekapitulasi

**Lampiran 3** Statistik Deskriptif *Facial Foam Mens* Biore dan Garnier

**Lampiran 4** Uji Spss Validitas Data *Facial Foam Mens* Biore dan Garnier

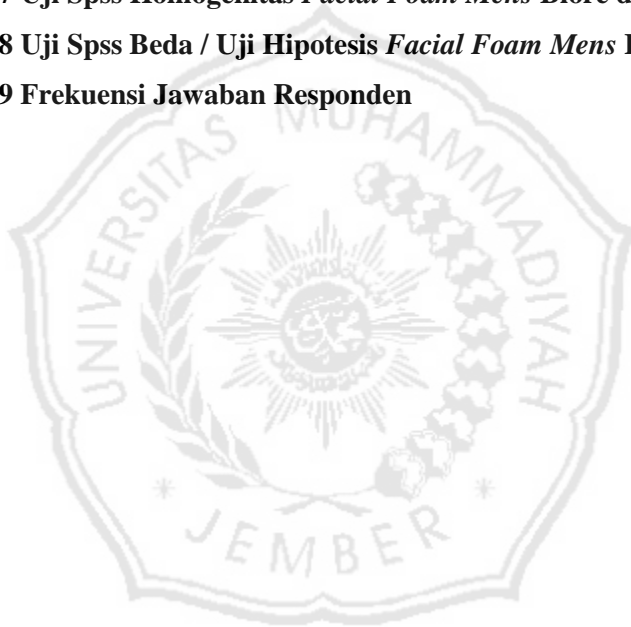
**Lampiran 5** Uji Spss Reabilitas *Facial Foam Mens* Biore dan Garnier

**Lampiran 6** Uji Spss Normalitas *Facial Foam Mens* Biore dan Garnier

**Lampiran 7** Uji Spss Homogenitas *Facial Foam Mens* Biore dan Garnier

**Lampiran 8** Uji Spss Beda / Uji Hipotesis *Facial Foam Mens* Biore dan Garnier

**Lampiran 9** Frekuensi Jawaban Responden



## DAFTAR PUSTAKA

- Andre, dkk. "Analisis perbandingan diferensiasi produk dan citra merek pada pembeli pakaian di Giordano dan Polo". *Jurnal EMBA Vol.6 No.4, Hal. 3663 – 3672* Manado : Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi. 2018.
- Darmawan, dkk. "Perbandingan ekuitas merek Indomie dan Mie Sedaap". *Jurnal Manajemen, Volume 8, No 2, Hal. 2085-6911*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman, 2016.
- Dewi, Shinta (2019) . "Perbandingan bauran pemasaran dan *brand emage* antara Dunkin Donuts dan J.Co Donuts ". *Jurnal e- Proceeding of Management, Vol.6, No.1, Hal. 2355-9357*. Denpasar, 2014.
- Effendi. "Analisis Perbandingan *Brand Image* antara Sepeda Motor Honda dan Yamaha". *Jurnal EMBA Vol 7. No.3, Hal 2033-2045*. Malang : Fak. ISIP UNMER, 2007.
- Ferdinand, Agusty. 2006. *Metodologi Penelitian Manajemen*. CV. Indoprint:: Semarang.
- Fisher , Maria . "Analisis perbandingan diferensiasi produk dan citra merek pada motor *matic* honda beat dan yamaha mio di kota manado. *Jurnal EMBA 227 Vol.3 No.4, Hal. 226-235*. 2015.
- Kotler, Philip dan Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2001, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 2, Edisi Kedelapan, Jakarta, Erlangga.
- Masria. "Analisis perbandingan ekuitas merek kartu seluler merek *Simpat* dan XI prabayar. *Jurnal Digest Marketing Vol. 3 No.1, Januari – Juli*. FEB Unja, 2018.
- Natalia ,dkk. "Analisis perbandingan kinerja produk pada produk handphone Blackberry dan Samsung ". *Jurnal EMBA Vol.3 No.1, Hal.1283-1290*. Manado : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi ,2015.

- Putra, Ni Made. ‘‘Analisis perbandingan *brand equity* produk Indocafe Dengan *Good Day*. *Jurnal Manajemen Unud, Vol.-, No.-, 2018*. Denpasar, 2018.
- Saputra. ‘‘Analisis Perbandingan *Brand Image* Yamaha Mio dan Honda Vario. Tujuan Penelitian untuk mengetahui perbedaan yang signifikan antara brand image sepeda motor Yamaha Mio dan Honda Vario’’. *Jurnal Jurnal EMBA Vol 9. No.5, Hal 342-358*. Unpad,2011.
- Sugiyono. 2002. *Metode Penelitian*. Jakarta: Alfabeta.
- Sugiyono.2010.’‘Metode penelitian Dan Pendidikan pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D’’. Bandung : CV Alfabeta.
- Siregar Sofyanto.2014. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Dan Aplikasi Spss Versi 17*. Jakarta : Bumiaksara
- Sudjana.2005.*Metode Statistika Edisi Ke-6*. Bandung.Tarsito.
- Tjiptono, Fandy, dkk. *Pemasaran Strategik: Mengupas topik utama Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, strategi Kompetitif, Hingga E-Marketing*, Yogyakarta: Andi, 2008.
- Tjiptono. *Manajemen dan Strategi Merek: Seri Manajemen Merek 01*, Yogyakarta: Andi, 2011.

**Sumber lain :**

- <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index-id/>
- <https://www.pelajaran.id/2018/17/pengertian-diferensiasi-jenis-jenis-dan-strategi-diferensiasi-menurut-para-ahli.html>
- <http://magihot.blogspot.com//2016/10/pengertian-brand-emage-.html?=1>
- <https://www.hestanto.web.id/citra-merek-brand-image-menurut-para-ahli/>
- <http://google.com/amp/s...al-foam-bright-action-100-g.amp>
- <https://www.kao.com/id/mensbiore/index.html>
- <http://garnier.co.id/garner-...nds/acno-fight/acnofight-12-in-1>
- <http://www.pengertianmenurutparaahli.net/pengertian-teknik-purposive-sampling-menurut-para-ahli>