

**Analisis Perbandingan *Brand Image* Kecap Bango dan Kecap ABC  
(Studi Kasus pada Ibu Rumah Tangga  
Dusun Jambesari Desa Lengkong)**

**SKRIPSI**

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



**Oleh :**

**HESTY DWI JAYANTI**

**NIM :151.0411.279**

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

**2019**

## **PENGESAHAN**

Skripsi berjudul ; Analisis Perbandingan *Brand Image* Kecap Bango dan Kecap ABC (Studi Kasus pada Ibu Rumah Tangga Dusun Jambesari Desa Lengkong) telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Kamis

Tanggal : 29 Mei 2019

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji

Budi Santoso, SE,MM

NPK 10 03 711

Anggota 1,

Anggota 2,

Drs. Akhmad Suharto, MP

NPK 89 06 242

Jekti Rahayu, SE, M.Si

NPK 15 09 646

Mengesahkan:

Dekan

Ketua Program Studi,

Dr. Arik Susbiyanti, M.Si.

NPK 01 09 289

Haris Hermawan, SE, MM

NPK 15 03 643

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Analisis Perbandingan *Brand Image* Kecap Bango dan Kecap ABC (Studi Kasus pada Ibu Rumah Tangga Dusun Jambesari Desa Lengkong)**”. Karya tulis ilmiah (skripsi) dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi, jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember.

Dalam menyusun skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Arik Susbiyani, S.E.,M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
2. Haris Hermawan, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
3. Drs. Akhmad Suharto, M.p Selaku Dosen Pembimbing I dan Jekti R, SE, M.si selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
4. Budi Santoso, SE,MM selaku Dosen Penguji skripsi yang telah bersedia memberikan saran dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Untuk semua pihak yang telah membantu saya dalam melakukan penelitian ini

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal atas segala amal baiknya. Penulis menyadari bahwa dalam penyajian skripsi ini masih banyak kekurangan yang terdapat di dalamnya. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Jember, 9 Mei 2019

Hesty Dwi Jayanti  
1510411279

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PEMBIMBING.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	4
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
2.1. Tinjauan Teori.....	6
2.1.1. Pemasaran .....	6
2.1.2. Pengertian Produk .....	7
2.1.3. Brand.....	8
2.1.4. Manfaat Brand.....	8
2.1.5. Tingkatan Brand.....	9

2.1.6. Karakteristik Brand .....	10
2.1.7. Keputusan Pembelian Brand .....	10
2.1.8. Pengertian Image.....	11
2.1.9. Citra Merek( <i>Brand Image</i> ).....	12
2.2. Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	15
2.3. Kerangka Konseptual .....	16
2.4. Hipotesis Penelitian.....	17
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN .....</b>	<b>18</b>
3.1. Identifikasi Variabel.....	18
3.2. Definisi Operasional Variabel .....	18
3.2.1. <i>Brand Image</i> .....	18
3.3. Desain Penelitian.....	18
3.4. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel.....	18
3.4.1. Populasi .....	18
3.4.2. Sampel.....	18
3.4.3. Metode Pengambilan Sampel .....	19
3.5. Jenis Data dan Sumber Data.....	19
3.5.1. Jenis Data .....	19
3.5.2. Sumber Data .....	20
3.6. Teknik Pengumpulan Data .....	20
3.7. Metode Analisis Data .....	21
3.7.1. Uji Statistik Deskriptif.....	21
3.7.2. Uji Instrumen Data .....	21
3.7.3. Uji Beda T-test (Paired Sample Test).....	22
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>23</b>
4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	23
4.2. Deskriptif Variabel Penelitian .....	23
4.2.1. <i>Brand Image</i> .....	23

4.3. Analisis Data .....	27
4.3.1. Pengujian Instrumen Data.....	27
4.3.1.1. Pengujian Validitas Data .....	27
4.3.1.2. Pengujian Reliabilitas Data .....	28
4.3.2. Pengujian Hipotesis .....	30
4.3.2.1. Uji Normalitas ( <i>Kolmogorov-Smirnov</i> ) .....	30
4.3.2.2 Uji <i>Mann Whitney</i> .....	30
4.4. Pembahasan.....	31
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>32</b>
5.1. Kesimpulan .....	32
5.2. Saran .....	32
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>33</b>
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1. Tabel Pra Penelitian .....	3
Tabel 1.2. Data Top Brand Index Industri Kecap .....	3
Tabel 2.1. Tabel Penelitian Terdahulu .....	15
Tabel 4.1. Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Brand Image .....	24
Tabel 4.2. Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Brand Image Kecap Bango .....	25
Tabel 4.3. Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Brand Image Kecap ABC .....	26
Tabel 4.4. Hasil Pengujian Validitas .....	27
Tabel 4.5. Hasil Pengujian Validitas (Brand Image Kecap Bango) .....	27
Tabel 4.6. Hasil Pengujian Validitas (Brand Image Kecap ABC) .....	28
Tabel 4.7. Hasil Pengujian Reliabilitas .....	28
Tabel 4.8. Hasil Pengujian Reliabilitas (Brand Image Kecap Bango) .....	28
Tabel 4.9. Hasil Pengujian Reliabilitas (Brand Image Kecap ABC) .....	28
Tabel 4.10 Hasil Uji t-Test .....	29

## DAFTAR GAMBAR

### Halaman

Gambar 2.1. Kerangka Konseptual Penelitian.....	17
---	----





## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1 Pengantar Kuesioner .....	
Lampiran 2 Petunjuk Pengisian Kuesioner .....	
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian .....	
Lampiran 4 Rekapitulasi Jawaban Responden .....	
Lampiran 5 Deskriptif Statistik Responden & Frekuensi Pernyataan Responden .....	
Lampiran 6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	
Lampiran 7 Hasil Uji Independent t-Test .....	
Lampiran 8 Tabel r Product Moment, Tabel Distribusi t .....	
Lampiran 9 Dokumentasi Penelitian .....	

