

**ANALISIS PERBANDINGAN BRAND EQUITY PRODUK  
ES KRIM WALL'S DENGAN CAMPINA DI KECAMATAN  
ARJASA**

**SKRIPSI**

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



Oleh :

**TRI PUTRA IVANATA**

15.1041.1299

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
2019**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

N a m a : Tri Putra Ivanata

N I M : 15.1041.1299

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : ANALISIS PERBANDINGAN BRAND EQUITY PRODUK ES KRIM WALL'S DENGAN CAMPINA DI KECAMATAN ARJASA; 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 bertanggungjawab 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 sikap dituntut di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 17 Juli 2019  
Yang menyatakan,

Tri Putra Ivanata  
NIM. 15.1041.1299

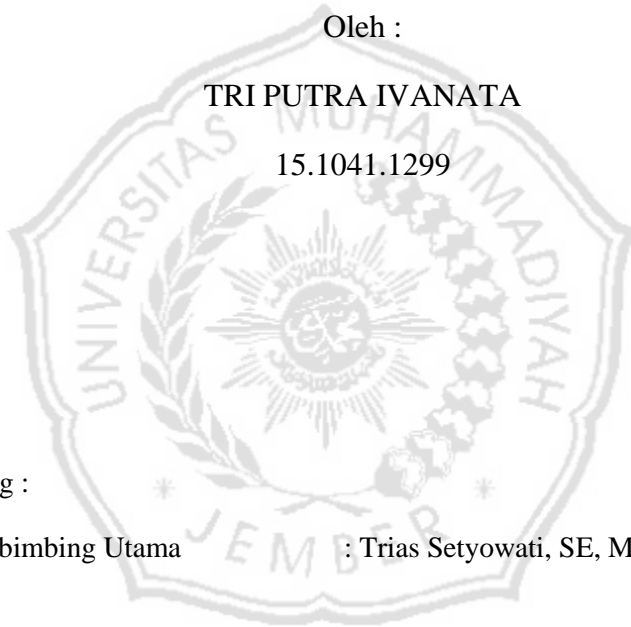
# SKRIPSI

## ANALISIS PERBANDINGAN BRAND EQUITY PRODUK ES KRIM WALL'S DENGAN CAMPINA DI KECAMATAN ARJASA

Oleh :

TRI PUTRA IVANATA

15.1041.1299



Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Trias Setyowati, SE, MM

Dosen Pembimbing pendamping : Jekti Rahayu, SE, M.Si

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul; *Analisis Perbandingan Brand Equity Produk Es Krim Wall's Dengan Campina Di Kecamatan Arjasa*, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : RABU  
Tanggal : 17 Juni 2019  
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Dr. Abadi Sanosra, MM  
NPK : 05 09 478

Anggota 1,

Anggota 2

Trias Setyowati, SE, MM  
NPK : 05 09 477

Jekti Rahayu, SE, M.Si  
NPK: 15 09 646

Mengesahkan :

Dekan,

Ketua Program Studi,

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

Haris Hermawan, SE, MM  
NPK : 15 03 643

## MOTTO

(HR. Turmudzi)

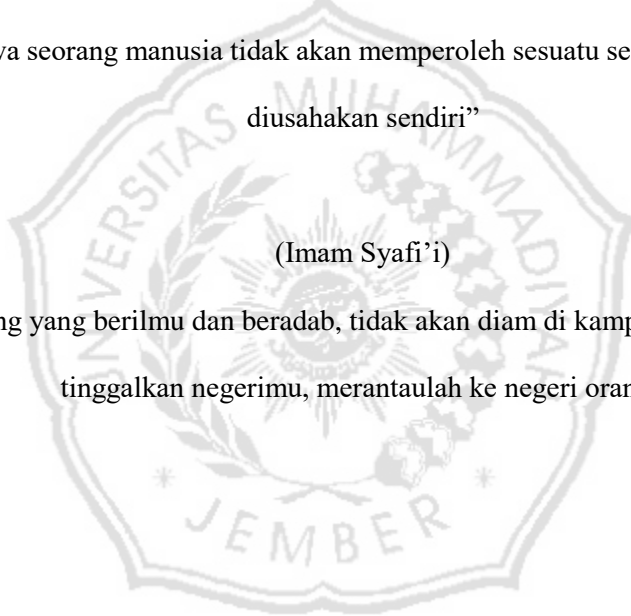
“Barang siapa yang menempuh jalan untuk mencari ilmu, niscaya Allah SWT memudahkannya ke jalan menuju surga”

(Q.S. An-Najm : 39)

“Dan bahwa seorang manusia tidak akan memperoleh sesuatu selain apa yang telah diusahakan sendiri”

(Imam Syafi’i)

“Orang yang berilmu dan beradab, tidak akan diam di kampung halaman, tinggalkan negerimu, merantaulah ke negeri orang”



## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah saya panjatkan kepada Allah SWT. Sujud syukurku kusembahkan kepadaMu ya Allah, Tuhan Yang Maha Agung dan Maha Tinggi. Atas takdirmu saya bisa menjadi pribadi yang berpikir, berilmu, beriman, dan bersabar. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal untuk masa depan saya dalam meraih cita-cita. Dalam kesempatan ini saya ucapkan banyak-banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya:

1. Bapak dan Mama Tercinta dan Tersayang

Apa yang saya dapatkan hari ini, belum mampu membayar semua kebaikan, keringat, dan juga air mata bagi saya. Terima kasih atas segala dukungan kalian, baik dalam bentuk materi maupun moril. Karya ini saya persembahkan untuk kalian, sebagai wujud rasa terima kasih atas pengorbanan dan jerih payah kalian sehingga saya dapat menggapai cita-cita.

Kelak cita-cita kami ini akan menjadi persembahan yang paling mulia untuk Bapak dan Mama, dan semoga dapat membahagiakan kalian

2. Kakak dan Saudara

Untuk kakak dan saudaraku. Terima kasih untuk bantuan dan semangat dari kalian, semoga awal dari kesuksesan saya ini dapat membanggakan kalian.

3. *My Sweet Heart* "Siti Muhairoh"

Sebagai tanda cinta kasihku, Putra persembahkan karya ini buatmu. Terang dalam gelapku, semangat dalam letihku. Terima kasih atas kasih sayang, perhatian, dan kesabaranmu yang telah memberikanku semangat dan inspirasi dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini, semoga engkau pilihan yang terbaik buatku dan masa depanku.

4. Dosen Pembimbing dan Penguji

Kepada Ibu Trias Setyowati dan Ibu Jekti Rahayu selaku dosen pembimbing dan juga Bapak Abadi Sanosra sebagai dosen penguji saya yang paling baik dan bijaksana, terima kasih karena sudah menjadi orang tua kedua saya di Kampus. Terima kasih atas bantuan, nasehat, dan ilmunya yang selama ini dilimpahkan pada saya dengan rasa tulus dan ikhlas hingga selesailah Tugas Akhir ini.

5. Sahabat dan Seluruh Teman-Teman di Kampus Tercinta

Tanpa kalian mungkin masa-masa kuliah saya akan menjadi biasa-biasa saja, maaf yang tak terucap. Terima kasih untuk bantuan dan luar biasa, sampai saya bisa menyelesaikan skripsi dengan baik.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya persembahkan kepada Allah SWT, karena berkat izin dan ridhonya pada akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Perbandingan Brand Equity Produk Es Krim Wall’s dengan Es Krim Campina di Kecamatan Arjasa”. Peneliti merasa bahwa penyusunan skripsi ini banyak masukan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Ibu Dr. Arik Susbiyani, Msi selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Bapak Abadi Sanosra, MM selaku dosen penguji, Ibu Trias Setyowati, SE, MM selaku pembimbing I dan Ibu Jekti Rahayu, SE, M.Si. selaku pembimbing II yang bersedia memberikan saran, bimbingan dan arahan demi kelancaran penyelesaian skripsi.
3. Seluruh dosen dan staff Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini belum sempurna, oleh karena itu peneliti mengharapkan berbagai kritik dan saran yang bersifat membangun bagi peneliti. Akhir kata peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua yang membacanya dan sebagai wahana menambah pengetahuan serta pemikiran.

Jember, 25 Juli 2019

Peneliti

## DAFTAR ISI

	Halaman
<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>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	6
2.1 Pemasaran.....	6
2.2 Definisi Merek.....	6
2.2.1 Manfaat Merek.....	6
2.2.2 Strategi Merek.....	7
2.3 Brand Equity.....	7
2.4 Penelitian Terdahulu.....	12
2.5 Kerangka Konseptual.....	15
<b>BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	17
3.1 Identifikasi Variabel.....	17
3.1.1 Variabel Independent.....	17
3.1.2 Variabel Dependent.....	17
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	17
3.3 Desain Penelitian.....	18
3.4 Jenis Data.....	18
3.4.1 Data Primer.....	18
3.4.2 Data Sekunder.....	18
3.5 Teknik Pengambilan Sampel.....	19
3.5.1 Populasi.....	19
3.5.2 Sampel.....	19
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	19
3.7. Teknik Analisis Data.....	20



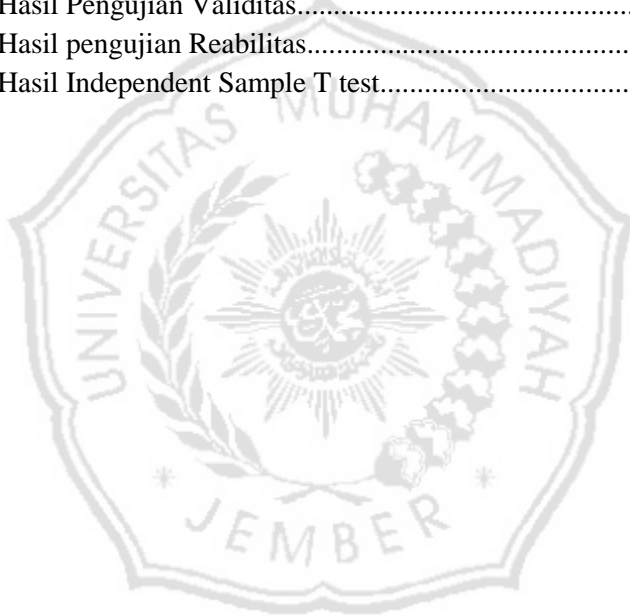
3.7.1 Uji Instrumen Data.....	20
3.7.2 Analisis Deskriptif.....	21
3.7.3 Analisis Kuantitatif.....	21
3.8 Uji Beda T-Test.....	21
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>23</b>
4.1 Gambaran umum objek penelitian.....	23
4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	23
4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	23
4.1.3 Gambaran Responden Mengenai Es Krim Wall's dan Campina.....	23
4.1.4 Gambaran Umum Wall's.....	23
4.1.5 Gambaran umum Campina.....	25
4.1.6 Identitas Responden.....	25
4.2 Analisis Data.....	26
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	26
4.2.2 Pengujian Validitas Data.....	40
4.2.3 Pengujian Reabilitas Data.....	41
4.2.4 Uji Independent T test.....	42
4.3 Pembahasan.....	43
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>45</b>
<b>Daftar Pustaka.....</b>	<b>48</b>



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 <i>Top Brand Fase 2</i> 2016.....	2
Tabel 1.2 <i>Top Brand Fase 2</i> 2017.....	2
Tabel 1.3 <i>Top Brand Fase 2</i> 2018.....	2
Tabel 1.4 hasil penelitian awal kepada 30 masyarakat di kecamatan Arjasa.....	3
Tabel 4.1 Responden menurut Jenis Kelamin.....	26
Tabel 4.2 Responden menurut Usia.....	27
Tabel 4.3 Tanggapan Responden mengenai <i>brand Wall's</i> yang muncul pertama kali dalam benak.....	27
Tabel 4.4 Tanggapan responden mengenai produk <i>brand Wall's</i> sering dibeli.....	28
Tabel 4.5 Tanggapan responden mengenai <i>brand Wall's</i> sudah dikenal.....	28
Tabel 4.6 Tanggapan responden mengenai <i>brand Wall's</i> mudah dikenal.....	28
Tabel 4.7 Tanggapan responden mengenai <i>brand Wall's</i> ada disetiap supermarket	29
Tabel 4.8 Tanggapan responden mengenai produk <i>Wall's</i> mahal.....	29
Tabel 4.9 Tanggapan responden mengenai <i>brand Wall's</i> memiliki <i>image</i> baik.....	30
Tabel 4.10 Tanggapan responden mengenai <i>brand Wall's</i> variasi beranekaragam.	30
Tabel 4.11 Tanggapan responden mengenai <i>brand</i> rasanya enak.....	30
Tabel 4.12 Tanggapan responden mengenai <i>brand Wall's</i> kemasan dan penyajian menarik.....	31
Tabel 4.13 Tanggapan responden mengenai <i>brand Wall's</i> kualitasnya bagus.....	31
Tabel 4.14 Tanggapan responden mengenai <i>brand Wall's</i> kualitas tidak berubah..	32
Tabel 4.15 Tanggapan responden mengenai produk <i>brand Wall's</i> akan dibeli lagi.	32
Tabel 4.16 Tanggapan responden mengenai kepuasan mengkonsumsi <i>brand Wall's</i> .....	33
Tabel 4.17 Tanggapan responden mengenai <i>brand Wall's</i> akan direkomendasikan kepada orang lain.....	33
Tabel 4.18 Tanggapan responden mengenai <i>brand Walls</i> pilihan utama.....	33
Tabel 4.19 Tanggapan responden mengenai <i>brand Campina</i> yang muncul pertama kali dalam benak.....	34
Tabel 4.20 Tanggapan responden mengenai <i>brand Campina</i> sering dibeli.....	34
Tabel 4.21 Tanggapan responden mengenai <i>brand Campina</i> sudah dikenal.....	35
Tabel 4.22 Tanggapan responden mengenai <i>brand Campina</i> mudah dikenali.....	35
Tabel 4.23 Tanggapan responden mengenai <i>brand Campina</i> ada disetiap Supermarket.....	35
Tabel 4.24 Tanggapan responden mengenai harga produk <i>brand Campina</i> mahal..	36
Tabel 4.25 Tanggapan responden mengenai <i>brand Campina image</i> baik.....	36
Tabel 4.26 Tanggapan responden mengenai <i>brand Campina</i> variasi Beranekaragam.....	37

Tabel 4.27 Tanggapan responden mengenai <i>brand</i> Campina rasanya enak.....	37
Tabel 4.28 Tanggapan responden mengenai <i>brand</i> Campina kemasan menarik.....	38
Tabel 4.29 Tanggapan responden mengenai <i>brand</i> Campina kualitasnya bagus.....	38
Tabel 4.30 Tanggapan responden mengenai <i>brand</i> Campina kualitas tidak Berubah.....	38
Tabel 4.31 Tanggapan responden mengenai <i>brand</i> Campina akan dibeli lagi.....	39
Tabel 4.32 Tanggapan responden mengenai kepuasan saat mengkonsumsi <i>brand</i> Campina.....	39
Tabel 4.33 Tanggapan responden mengenai <i>brand</i> Campina direkomendasikan kepada orang lain.....	40
Tabel 4.34 Tanggapan responden mengenai <i>brand</i> Campina pilihan utama.....	40
Tabel 4.35 Hasil Pengujian Validitas.....	41
Tabel 4.36 Hasil pengujian Reabilitas.....	42
Tabel 4.37 Hasil Independent Sample T test.....	42



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Dokumentasi.....	54



## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuisoner.....	50
Lampiran 2. Frekuensi Identitas Responden Berdasarkan jenis kelamin.....	68
Lampiran 3. Frekuensi Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	68
Lampiran 4. Analisis deskriptif.....	69
Lampiran 5. Uji Validitas.....	79
Lampiran 6. Uji Reabilitas.....	83
Lampiran 7. Uji Beda T-test.....	84

