



**ANALISIS EKUITAS MEREK *SMARTPHONE* PADA MAHASISWA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS JEMBER**

***SMARTPHONE BRAND EQUITY ANALYSIS AT SOCIAL AND POLITICAL  
SCIENCES STUDENTS OF JEMBER UNIVERSITY***

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1)  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Jurusan Ilmu Administrasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Jember

Oleh :  
**Joko Setyo Utomo**  
**NIM 050910202129**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS  
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS JEMBER**

**2012**



**ANALISIS EKUITAS MEREK *SMARTPHONE* PADA MAHASISWA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS JEMBER**

***SMARTPHONE BRAND EQUITY ANALYSIS AT SOCIAL AND POLITICAL  
SCIENCES STUDENTS OF JEMBER UNIVERSITY***

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1)  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Jurusan Ilmu Administrasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Jember

**Oleh**

**Joko Setyo Utomo  
NIM 050910202129**

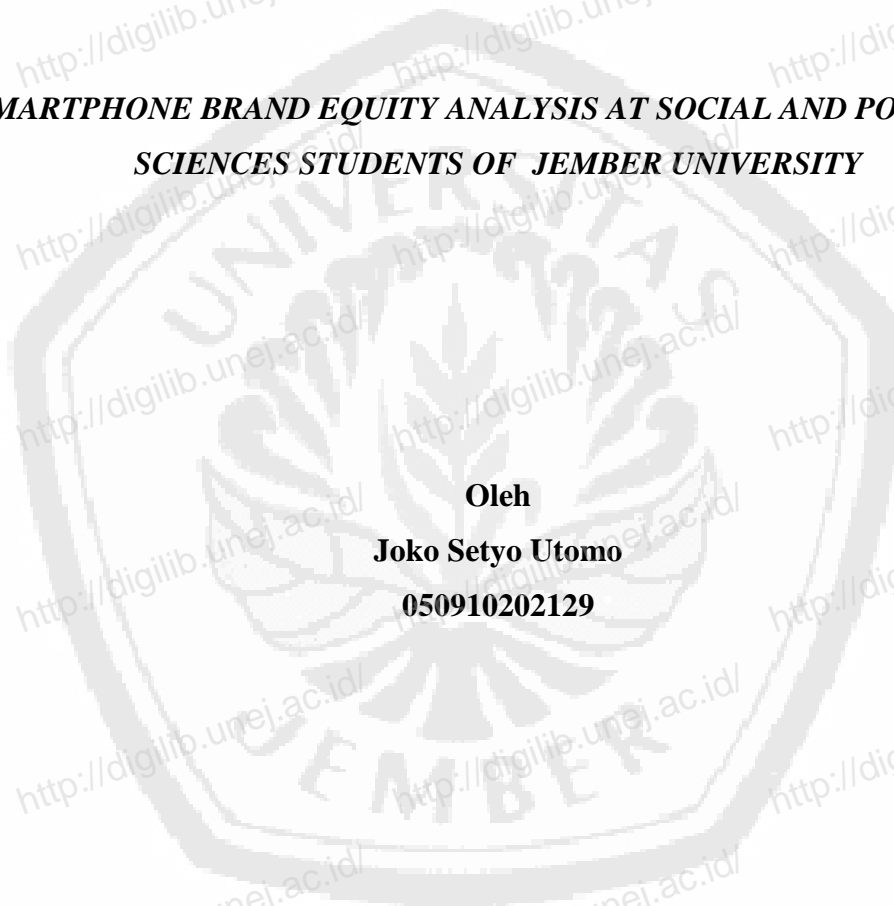
**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS  
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS JEMBER**

**2012**

**SKRIPSI**

**ANALISIS EKUITAS MEREK *SMARTPHONE* PADA MAHASISWA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS JEMBER**

***SMARTPHONE BRAND EQUITY ANALYSIS AT SOCIAL AND POLITICAL  
SCIENCES STUDENTS OF JEMBER UNIVERSITY***



**Oleh**

**Joko Setyo Utomo**

**050910202129**

**Pembimbing :**

**Dosen Pembimbing Utama : Drs. Poerwanto, M.A**

**Dosen Pembimbing Pendamping : Yuslinda Dwi Handini, S.Sos., M.AB**

## PERSEMBAHAN

Karya tulis ini di persembahkan kepada :

- Kedua orang tuaku ayahanda Setyono dan ibundaku Sudarti yang tak pernah lelah memberikan curahan kasih sayang dan pengorbanannya serta mengucapkan serangkaian doa terbaik dengan ketulusan hati untuk keberhasilan dan semangat kepadaku.
- Adikku Nurul Khornia Fitriani terima kasih atas segala perhatian, dukungan dan doanya.
- Almamater Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang saya banggakan.



## MOTTO

“Sebuah nama yang baik lebih bernilai daripada kekayaan.”<sup>1</sup>



---

1) Cervantes D.Q, dalam Aaker, D. A. 1997. *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Mitra Utama.

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Joko Setyo Utomo

NIM : 050910202129

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul **"Analisis Ekuitas Merek *Smartphone* Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember"** adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggungjawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 16 Oktober 2012

Yang Menyatakan,

Joko Setyo Utomo  
050910202129

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Analisis Ekuitas Merek *Smartphone* Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember” telah diuji dan disahkan pada :  
hari, tanggal : 16 Oktober 2012  
tempat : Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember

Tim Penguji

Ketua,

Dr. Edy Wahyudi, S.Sos., MM

NIP 19750825 200212 1 002

Dosen Pembimbing Utama

Dosen Pembimbing Anggota

Drs. Poerwanto, MA

NIP 19490715 198403 1 002

Anggota 1,

Yuslinda Dwi Handini, S.Sos, M.AB

NIP 19790919 200812 2 001

Anggota 2,

Drs. Didik Eko Julianto, M.AB

NIP 19610700 198902 1 001

Dra. Sri Wahyuni, M.Si

NIP 19560409 198702 2 001

Mengesahkan,

Dekan,

Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA

NIP 19520727 198103 1 003

## RINGKASAN

**Analisis Ekuitas Merek *Smartphone* Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember;** Joko Setyo Utomo, 050910202129; 2012; 111 halaman; Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Jurusan Ilmu Administrasi; Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik; Universitas Jember.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keadaan ekuitas merek *smartphone* pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember melalui elemen-elemen utama ekuitas merek. Ekuitas merek adalah seperangkat aset dan liabilitas merek yang berkaitan dengan suatu merek, nama dan simbolnya, yang menambah atau mengurangi nilai yang diberikan oleh sebuah barang atau jasa kepada perusahaan atau para pelanggan perusahaan. Ekuitas merek mempunyai empat elemen utama yaitu kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas dan loyalitas merek. Penelitian dilakukan dengan mengambil sampel Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember sebanyak 100 responden dengan perhitungan 20 responden dari lima merek *smartphone* (Blackberry, Nokia, Samsung, Nexian, Sony Ericsson).

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yaitu untuk menjelaskan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi atau berbagai variabel yang timbul di masyarakat yang menjadi obyek penelitian itu berdasarkan apa yang terjadi. Teknik pengukuran analisis ini menggunakan skala likert. Penarikan kesimpulan ini menggunakan metode deduktif yaitu penarikan kesimpulan dari hal-hal yang bersifat umum ke hal-hal yang bersifat khusus yaitu kenyataan yang riil yang terjadi di tempat penelitian sesuai dengan tujuan penelitian.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah, yang pertama, dari elemen kesadaran merek bahwa *smartphone* Blackberry mencapai puncak kesadaran pikiran (*top of mind*) dan *smartphone* Nexian berada pada urutan terendah. *Smartphone* Sony Ericsson merupakan merek yang memiliki asosiasi tertinggi dan *smartphone* Nexian merupakan merek yang memiliki asosiasi terendah. Kesan kualitas terbaik diraih oleh *smartphone* Blackberry sedangkan *smartphone* yang memiliki kesan kualitas terendah adalah *smartphone* Nexian. Loyalitas merek tertinggi diraih oleh *smartphone* Samsung dan loyalitas merek terendah adalah *smartphone* Nexian.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis senantiasa panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat hidayah dan inayah-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Ekuitas Merek *Smartphone* Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember”. Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan dari awal penulisan hingga terselesaikannya skripsi ini, kepada:

- 1) Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
- 2) Dr. Sasongko, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
- 3) Drs. Poerwanto, MA selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dan selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan pengarahan, saran, perhatian serta penuh kesabaran dalam memberikan bimbingan demi terselesaikannya skripsi ini
- 4) Yulsinda Dwi Handini, S.Sos, M.AB selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, pengarahan, dan saran sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan
- 5) Ika Sisbintari, S.Sos, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing dan mengarahkan selama menjadi mahasiswa yang aktif
- 6) Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember
- 7) Sahabat-sahabatku terimakasih atas motivasi, bantuan, dan kebersamaan dalam mengarungi perjalanan malam di kota ini.
- 8) Semua pihak yang turut membantu sehingga terselesaikan skripsi ini

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini jauh dari sempurna. Penulis tidak menutup kemungkinan adanya kritik dan saran dari semua pihak yang sifatnya membangun, demi kesempurnaan skripsi ini maupun pengembangan selanjutnya. Semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi semua pihak.

Jember, 16 Oktober 2012

Penulis



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PEMBIMBINGAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>RINGKASAN .....</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>xv</b>
<b>DAFTAR GRAFIK.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b>	
<b>1.1.Latar Belakang.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2.Rumusan Masalah.....</b>	<b>7</b>
<b>1.3.Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian.....</b>	<b>7</b>
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
<b>2.1 Landasan Teori .....</b>	<b>9</b>
<b>2.2 Pemasaran .....</b>	<b>9</b>
<b>2.3 Konsep Merek .....</b>	<b>10</b>
<b>2.4 Ekuitas Merek .....</b>	<b>11</b>
2.4.1 Manfaat Ekuitas Merek .....	12
2.4.2 Elemen-Element Ekuitas Merek .....	13
<b>2.2 Penelitian terdahulu .....</b>	<b>22</b>
<b>BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN</b>	
<b>3.1 Tipe Penelitian.....</b>	<b>25</b>

<b>3.2 Tahap Persiapan .....</b>	<b>25</b>
3.2.1 Studi Pustaka .....	26
3.2.2 Penentuan Lokasi Penelitian .....	26
3.2.3 Observasi Pendahuluan .....	26
3.2.4 Penentuan Populasi dan Sampel .....	26
<b>3.3 Tahap Pengumpulan Data.....</b>	<b>28</b>
3.3.1 Data Primer .....	28
3.3.2 Data Sekunder .....	29
<b>3.4 Tahap Pengolahan Data dan Analisis Data .....</b>	<b>29</b>
<b>3.5 Definisi Operasional .....</b>	<b>31</b>
<b>3.6 Analisis Tabel Frekuensi .....</b>	<b>32</b>
<b>3.7 Kesimpulan .....</b>	<b>32</b>
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
<b>4.1 Deskripsi FISIP Universitas Jember .....</b>	<b>33</b>
4.1.1 Visi, Misi, dan Tujuan FISIP Universitas Jember .....	33
4.1.2 Struktur Organisasi FISIP Universitas Jember .....	34
4.1.3 Susunan Personalia Pimpinan FISIP Universitas Jember .....	35
4.1.4 Sistem Pendidikan FISIP Universitas Jember .....	36
4.1.5 Sarana Penunjang .....	36
4.1.6 Organisasi Kemahasiswaan .....	37
<b>4.2 Hasil Penelitian.....</b>	<b>38</b>
4.2.1 Karakteristik Responden .....	38
4.2.2 Analisis Tabel Frekuensi .....	39
4.2.3 Variabel Kesadaran Merek .....	39
4.2.4 Variabel Asosiasi Merek .....	43
4.2.5 Variabel Kesan Kualitas .....	54
4.2.6 Variabel Loyalitas Merek .....	63
<b>4.3 Interpretasi .....</b>	<b>74</b>
4.3.1 Kesadaran Merek .....	74
4.3.2 Asosiasi Merek .....	75

4.3.3 Kesan Kualitas.....76

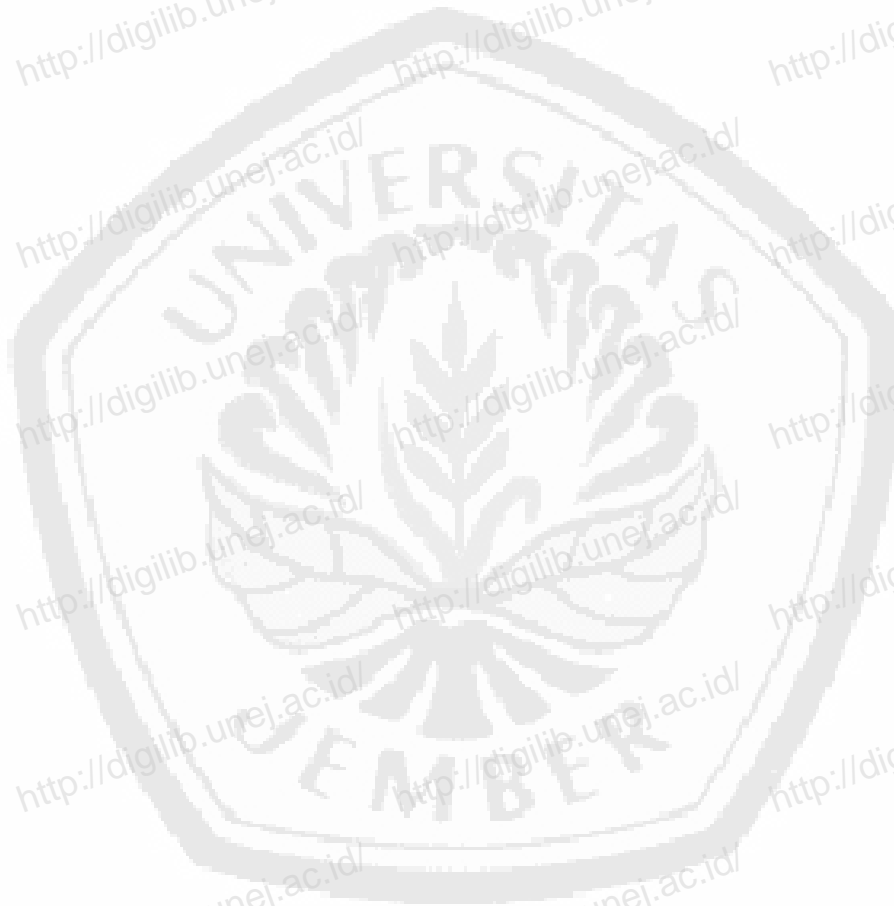
4.3.4 Loyalitas Merek.....77

## **BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN**

**5.1 Kesimpulan**.....79

**5.2 Saran** .....80

## **DAFTAR BACAAN LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

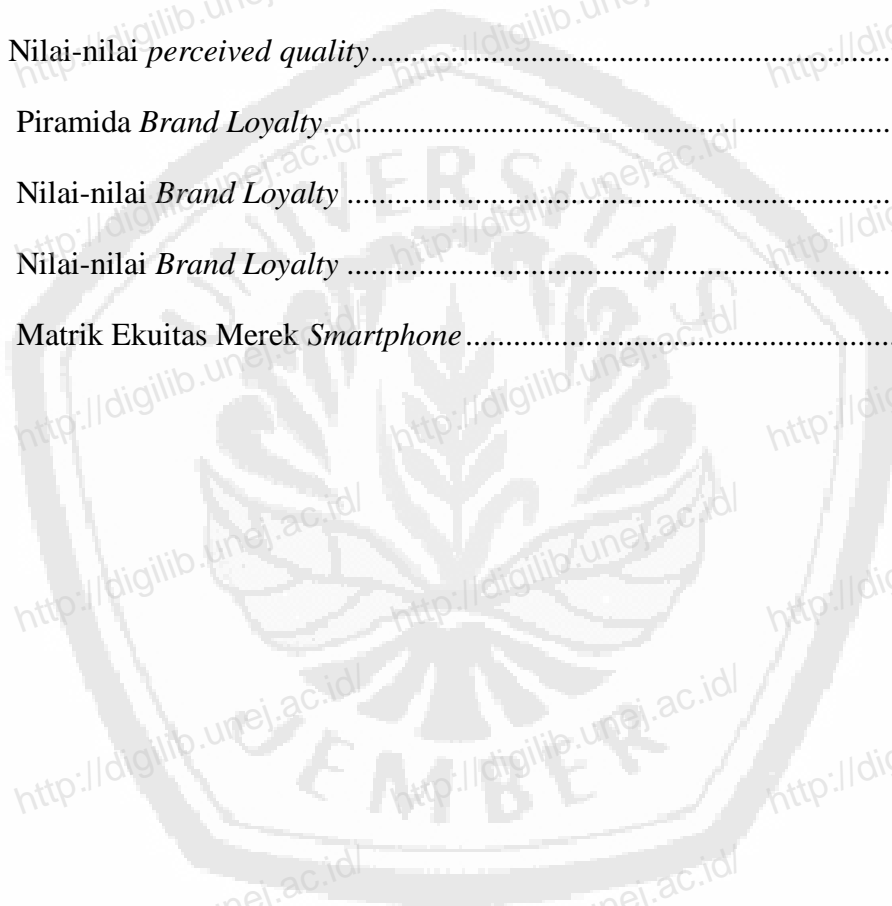
Tabel	Halaman
1.1 Perbandingan penjualan Handphone di seluruh dunia berdasarkan merek.....	4
1.2 <i>Brand Share Smartphone</i> di Indonesia .....	6
2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Sekarang.....	23
4.1 Sebaran responden berdasarkan merek <i>smartphone</i> yang diteliti.....	37
4.3 Kesadaran Merek Blackberry.....	39
4.4 Kesadaran merek Nokia.....	39
4.5 Kesadaran merek Samsung.....	40
4.6 Kesadaran merek Nexian.....	40
4.7 Kesadaran merek Sony Ericsson.....	41
4.8 Peringkat Kesadaran Merek <i>Smartphone</i> .....	41
4.9 Asosiasi merek Blackberry.....	43
4.10 Asosiasi merek Nokia.....	45
4.11 Asosiasi merek Samsung.....	47
4.12 Asosiasi merek Nexian.....	48
4.13 Asosiasi merek Sony Ericsson.....	51
4.14 Peringkat Asosiasi Merek <i>Smartphone</i> .....	52
4.15 Kesan Kualitas Merek Blackberry.....	53
4.16 Kesan kualitas merek Nokia.....	55
4.17 Kesan kualitas merek Samsung.....	56
4.18 Kesan kualitas merek Nexian.....	57
4.19 Kesan kualitas merek Sony Ericsson.....	59

4.20 Peringkat Kesan Kualitas Merek Smartphone .....	61
4.21 Loyalitas Merek Blackberry .....	62
4.22 Loyalitas merek Nokia .....	64
4.23 Loyalitas Merek Samsung .....	66
4.24 Loyalitas Merek Nexian .....	68
4.25 Loyalitas Merek Sony Ericsson .....	70
4.26 Peringkat Loyalitas Merek Smartphone .....	71



## DAFTAR GAMBAR

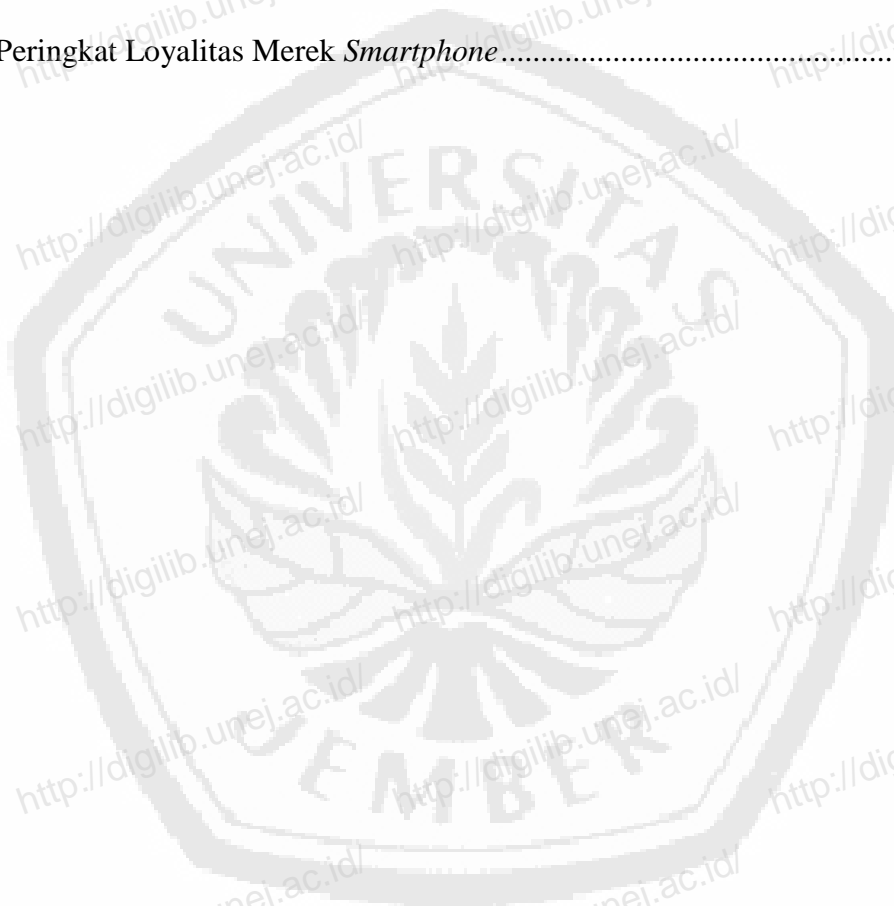
Gambar	Halaman
2.1 Konsep Ekuitas Merek yang Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian .....	11
2.2 Nilai-nilai <i>Brand Awareness</i> .....	14
2.3 Nilai-nilai <i>brand association</i> .....	16
2.4 Nilai-nilai <i>perceived quality</i> .....	18
2.5 Piramida <i>Brand Loyalty</i> .....	20
2.6 Nilai-nilai <i>Brand Loyalty</i> .....	22
2.6 Nilai-nilai <i>Brand Loyalty</i> .....	22
4.1 Matrik Ekuitas Merek <i>Smartphone</i> .....	74





## DAFTAR GRAFIK

Grafik	Halaman
1. Peringkat Kesadaran Merek <i>Smartphone</i> .....	42
2. Peringkat Asosiasi Merek <i>Smartphone</i> .....	52
3. Peringkat Kesan Kualitas Merek <i>Smartphone</i> .....	61
4. Peringkat Loyalitas Merek <i>Smartphone</i> .....	72



## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran

1. Daftar Kuesioner .....	82
2. Kerangka Sampling .....	86
3. Tabulasi .....	89
4. Surat ijin penelitian dari Lembaga Penelitian	

