



**ANALISIS ATRIBUT ATRIBUT BRAND EQUITY PRODUK  
MINYAK PELUMAS MOTOR ENDURO 4T  
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Jember)**

**SKRIPSI**

**Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi syarat  
Untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan mencapai gelar  
Sarjana Ekonomi**

oleh

**Poppy Kusumastuti P  
NIM 040810201066**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER  
2010**

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL**

**UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI**

**SURAT PERNYATAAN**

Nama : Poppy Kusumastuti  
NIM : 040810201066  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul Skripsi : ANALISIS ATRIBUT-ATRIBUT BRAND EQUITY PRODUK  
MINYAK PELUMAS MOTOR ENDURO 4T (Studi Kasus Pada  
Mahasiswa Universitas Jember)

Menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri. Apabila ternyata dikemudian hari skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan dan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku.

Demikian pernyataan yang saya buat dengan sebenarnya.

Jember, 30 Agustus 2010

Yang menyatakan,

**POPPY KUSUMASTUTI**

NIM 040810201066

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini aku persembahkan untuk :

Papa Drs.Sutedjo Gustoro dan mama Endang Sulistyowati yang telah memeberikan kesempatan hadirkan aku didunia. Aku menyayangi kalian dengan segenap jiwa raga. Terima kasih untuk kalian yang sudah memberiku cinta kasih sayang,dan dukungan yang tidak pernah ada habisnya.Maafkan kalau aku pernah menjadi putri yang mengecewakan.

Almarhum Eyang putriku Lucia Suprapti dan Eyang Kakung Martinus Marsam.SP,terima kasih sudah merawat dan membesarkan aku.Terutama Eyang Putriku yang selalu memberikan dukungan terhadap semua yang telah aku lakukan.

Adik-adikku,Kartika Maharani dan Geovani Setyo,Canda dan tawa kalian warnai hari-hariku

Teman-tamanku,terima kasih atas bantuan,pengertian,dan pelajaran yang berharga tentang arti persahabatan yang sesungguhnya,semoga ini berjalan untuk selamanya.

Untuk seseorang yang selalu mendampingiku (Maurid yen Hendri.SH) dalam kondisi apapun.Terima kasih untuk perhatian,cinta,dan kasih sayang yang diberikan.Semoga kau tidak bosan menemaniku seumur hidup apapun yang terjadi.

Untuk almamaterku.Terima kasih karena telah mengajariku akan arti sebuah pilihan.

## MOTTO

Jenius adalah 1% inspirasi dan 99% keringat,tidak ada yang dapat menggantikan kerja keras.Keberuntungan adalah sesuatu yang terjadi ketika kesempatan bertemu dengan kesiapan.

(Thomas A.Edison)

Karena Tuhanlah yang memberikan hikmat  
Dari mulutNYA datang pengetahuan dan kepandaian

(Amsal2:6)

Bersyukur dan menjadi diri sendiri adalah sikap yang perlu dalam menjalani kehidupan.Dengan bersyukur kita mengerti akan anugerah yang kita punya dalam hidup dan menjadi diri sendiri kita bisa mempergunakan anugerah yang qt punya untuk menjalani hidup dengan bahagia.

(Myself)

## ABSTRAKSI

### Analisis Atribut-Atribut Brand Equity Produk Minyak Pelumas Motor Enduro 4T

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Jember)

Poppy Kusumastuti,2010 : .....halaman

Penelitian skripsi ini bertujuan untuk mengetahui ekuitas merek pelumas Enduro 4T dilihat dari variabel kesadaran merek (*Brand awareness*), asosiasi merek (*Brand association*), persepsi kualitas (*Perceived quality*), loyalitas merek (*Brand loyalty*). Dengan demikian juga dapat diketahui kegunaannya baik secara teoritis dan secara praktis.

Penelitian ini menggunakan metode survei. Teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara, kuisioner, dan juga studi pustaka. Teknik pengukuran yang digunakan adalah *skala Likert* dan *Guttman*.

Penelitian yang didasarkan pada penggunaan analisis *Brand equity* pelumas motor Enduro 4T menunjukkan bahwa Enduro 4T merupakan produk pelumas yang menempati posisi *Top of Mind*. Pada posisi *Brand association* yang dianalisis menggunakan tes *Cochran* menunjukkan bahwa konsumen peka terhadap enam asosiasi. Selain memiliki keunggulan seperti yang di atas juga memiliki keunggulan harga yang terjangkau. Pada posisi *Brand perceived quality* yang menggunakan analisis *deskriptif importance* dan *diagram performance* Enduro 4T memiliki 3 atribut yang menurut konsumen mampu memenuhi keinginan konsumen. Sementara dalam posisi *Brand loyalty* dengan menggunakan analisis deskriptif, Piramida *Brand loyalty* dan *Brand switching pattern Matrix* diperoleh hasil bahwa masih ada pelanggan pelumas Enduro 4T yang ingin beralih menggunakan pelumas yang lain. Hal ini dapat dilihat dari dapat dilihat dari hasil perhitungan dan analisis deskriptif sehingga didapat informasi bahwa pemetaan standar deviasi dengan toleransi satu kali terhadap analisis atribut-atribut *Brand loyalty* seperti *Switcher*, *Liking the brand*, dan *Committed buyer* mendapat nilai Enduro 4T sudah baik karena jumlah *Committed buyer* lebih banyak dari pada *Switcher*.

Kata kunci : Ekuitas merek, *Skala likert*, *Skala guttman*.

## PRAKATA

Puji serta syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Skripsi ini berjudul “Analisis Atribut Atribut Brand Equity Produk Minyak Pelumas Motor Enduro 4T (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Jember)”.

Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan penyelesaian Program Studi Manajemen (S1) Universitas Jember. Melalui Penyusunan skripsi ini, penulis berharap dapat memperoleh wawasan, pengetahuan, dan hal-hal baru yang dapat meningkatkan kemampuan intelektual dalam penelitian.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak, proses penelitian dan penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati serta penghargaan yang tulus, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

- a. Prof. Dr. H. Moh. Saleh, M. Sc selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- b. Dra. Diah Yulisetiari, M. Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- c. Drs. Abdul Halim selaku Dosen Pembimbing Akademik.
- d. Bapak Prof. Dr. R. H. Andi Sularso, M. Sc selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan banyak waktu untuk membimbing penulis sejak awal pembuatan hingga akhir penyusunan skripsi ini serta penulis sangat menghargai semua masukan, saran, dan nasehat yang telah diberikan.
- e. Ibu Dewi Prihatini selaku Dosen Pembimbing II yang juga dengan sabar membimbing, berbagi pengalaman, memberi nasehat, dan dengan penuh ketelitian juga rasa persahabatan membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.
- f. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada mama Endang Sulistyowati yang telah memberikan cinta kasih dan perhatian serta segala doa dan dukungannya.
- g. Sahabat-sahabatku kumpulan manusia aneh (Bona, Ceret, Mail, Yussa, Natan, Alvin, Felix Iklas, Pikolo, Choy) terima kasih atas persahabatan yang indah.
- h. Teman-teman di kantor PT. Sariguna Prima Tirta (P. Imron, Kurniawan, Reni, Linda, Ririn) yang selalu memberi motivasi setiap

hari.

- i. Para penghuni counter EnR cell terima kasih atas hari-hari yang indah dan sedih yang tak akan terlupakan.
- j. Teman – teman ekonomi khususnya angkatan 2004 yang telah mengisi masa–masa kuliah sehingga penuh warna.
- k. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember beserta staf yang telah memberikan ilmu dan bimbingannya kepada saya.
- l. Seluruh pihak yang telah banyak membantu yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu

Akhir kata,semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkannya dan dapat lebih disempurnakan serta lebih berguna bagi masa yang akan datang.

Jember,30 Agustus 2010

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN MOTO.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAKSI.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB 1. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan masalah.....	5
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	5
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	5
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Pengertian Merek.....	7
2.1.2 Equitas Merek (Brand Equity).....	8
2.1.3 Atribut – Atribut Equitas Merek.....	11
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	23
2.3 Kerangka Pemikiran.....	26
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN.....</b>	<b>29</b>
3.1 Rancangan Penelitian.....	29
3.2 Populasi dan Sampel.....	29
3.2.1 Populasi.....	29
3.2.2 Sampel.....	29
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	30
3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	31
3.5 Skala Pengukuran.....	32
3.6 Uji Instrumen.....	33
3.6.1 Uji Validitas.....	33
3.6.2 Uji Reabilitas.....	34
3.7 Metode Analisis Data.....	34
3.7.1 Variabel Kesadaran Merek.....	34
3.7.2 Variabel Asosiasi Merek.....	35
3.7.3 Variabel persepsi Kualitas Merek.....	36
3.7.4 Variabel Loyalitas Merek.....	37
3.8 Kerangka Pemecahan Masalah.....	41



<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>43</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	43
4.2 Analisis Uji Validitas dan Reabilitas.....	44
4.2.1 Uji Validitas.....	44
4.2.2 Uji Reabilitas.....	47
4.3 Analisis Data.....	48
4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Awareness</i> .....	48
4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Association</i> .....	52
4.3.3 Tanggapan Responden Terhadap <i>Perceived Quality</i> .....	58
4.3.4 Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	60
4.4 Pembahasan Atribut – Atribut Equitas Merek.....	66
4.4.1 <i>Brand Awareness</i> .....	66
4.4.2 <i>Brand Association</i> .....	67
4.4.3 <i>Brand Perceived Quality</i> .....	68
4.4.4 <i>Brand Loyalty</i> .....	68
<b>BAB 5. KESIMPULAN.....</b>	<b>70</b>
5.1 Kesimpulan.....	70
5.2 Saran.....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>73</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>74</b>

## DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Terdahulu.....	25
4.1 Hasil Uji Validitas Pertanyaan <i>Brand Association</i> .....	44
4.2 Hasil Uji Validitas Pertanyaan Variabel <i>Brand Perceived Quality</i> .....	45
4.3 Hasil Uji Validitas Pertanyaan <i>Brand Loyalty</i> .....	46
4.4 Hasil Uji Reabilitas Kuisisioner.....	47
4.5 <i>Top Of Mind (Brand Awareness)</i> .....	48
4.6 <i>Brand Recall (Brand Awareness)</i> .....	49
4.7 <i>Brand Recognition (Brand Awareness)</i> .....	49
4.8 <i>Brand Unaware (Brand Awareness)</i> .....	50
4.9 Hasil Uji Cochran pengujian 1 Semua Asosiasi.....	51
4.10 Hasil Uji Cochran Pengujian 1 Semua Asosiasi Kecuali Anti Slip Kopling.....	52
4.11 Hasil Uji Cochran Pengujian 1 Semua Asosiasi Kecuali Anti Slip Kopling dan Mampu Mencegah Deposit Pada Piston.....	53
4.12 Hasil Uji Cochran Pengujian 1 Semua Asosiasi Kecuali Anti Slip Kopling dan Mampu Mencegah Deposit Pada Piston dan Kemasan Menarik.....	54
4.13 Hasil Uji Cochran Pengujian 1 Semua Asosiasi Kecuali Anti Slip Kopling dan Mampu Mencegah Deposit Pada Piston dan Kemasan Menarik,dan Iklan Menarik.....	55
4.14 Hasil Analisis <i>Brand Association</i> yang Membentuk Brand Image Untuk Produk Pelumas Enduro 4T.....	56
4.15 Hasil Analisis Perhitungan <i>Performance – Importance</i> Pelumas Enduro 4T.....	57
4.16 Hasil Perhitungan <i>Switcher</i> Pelumas Enduro 4T.....	60
4.17 Hasil Perhitungan <i>Habitual Buyer</i> Pelumas Enduro 4T.....	61
4.18 Hasil Perhitungan <i>Satisfied Buyer</i> Pelumas Enduro 4T.....	62
4.19 Hasil Perhitungan <i>Liking The Brand</i> Pelumas Enduro 4T.....	63
4.20 Hasil Perhitungan <i>Committed Buyer</i> Pelumas Enduro 4T.....	64

## DAFTAR GAMBAR

2.1 Konsep Equitas Merek.....	9
2.2 Piramida Kesadaran Merek.....	11
2.3 Nilai – Nilai Kesadaran Merek.....	12
2.4 Asosiasi Merek.....	14
2.5 Nilai – Nilai Persepsi Kualitas.....	18
2.6 Piramida Loyalitas Merek.....	21
2.7 Loyalitas Merek.....	22
2.8 Kerangka Konseptual Penelitian.....	27
3.1 Diagram Cartesius Persepsi Kualitas.....	36
3.2 Kerangka Pemecahan Masalah.....	40
4.1 Kurva Pengujian.....	52
4.2 Kurva Pengujian.....	53
4.3 Kurva Pengujian.....	54
4.4 Kurva Pengujian.....	55
4.5 Diagram Cartesius.....	56

## DAFTAR LAMPIRAN

1. Daftar kuisisioner.....	74
2. Tabel hasil kuisisioner.....	78
3. Hasil uji validitas.....	93
4. Hasil uji reabilitas.....	98
5. Npar tests.....	105
6. Tanggapan responden terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	110