

**ANALISIS BRAND ASSOCIATION DALAM MEMBENTUK
BRAND IMAGE ROKOK MEREK KOMET DI JEMBER**

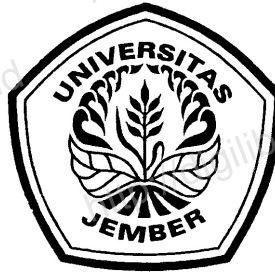
SKRIPSI

Oleh:

**FARIS ULANDARI
NIM 040810291001**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2010



**ANALISIS BRAND ASSOCIATION DALAM MEMBENTUK
BRAND IMAGE ROKOK MEREK KOMET DI JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Ekonomi

Oleh:

**FARIS ULANDARI
NIM 040810291001**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2010

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER- FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Nama : Faris Ulandari
NIM : 040810291001
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : M. Pemasaran
Judul Sripsi : Analisis Brand Association dalam Membentuk Brand Image Rokok Merek Komet.

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

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jember, 04 September 2010
Yang menyatakan,

Faris Ulandari
NIM. 040810291001

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Analisis Brand Association dalam Membentuk Brand
Image Rokok Merek Komet di Jember
Nama Mahasiswa : Faris Ulandari
NIM : 040810291001
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Pembimbing I

Pembimbing II

(Drs. Abdul Halim, M.si)

NIP.19501221 197801 1 001

(Dr. Handriyono, M.si)

NIP.196208021990021001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen,

Dra. Hj. Diah Yulisetiarni, M.Si

NIP. 19610729 198603 2 001

JUDUL SKRIPSI

Analisis Brand Association dalam Membentuk Brand Image Rokok Merek
Komet di Jember

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama Mahasiswa : Faris Ulandari

NIM : 040810291001

Jurusan : Manajemen

telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal :

04 September 2010

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan
memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Jember.

Susunan Tim Penguji

Ketua : Dr. M. Dimyati, SE, M.Si :
NIP. 19670421 199403 1 008

Sekretaris : Dr. Handriyono, M. Si :
NIP. 196208021990021001

Anggota : Drs. H. Abdul Halim, M.Si :
NIP. 19501221 197801 1 001

Mengetahui:
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,

Prof. Dr. Mohammad saleh, M.Sc
NIP. 195608311 98403 1 002

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan skripsi ini kepada :

Orang tuaku yang selalu memberikan do'a

Keluarga besarku yang selalu menyayangiku

Teman-teman yang selalu mendukungku

Someone yang selalu ada buat aku

Almamater Universitas Jember yang kubanggakan



Motto

**Ingatlah hanya dengan mengingat Allah-lah hati menjadi
tentram.**

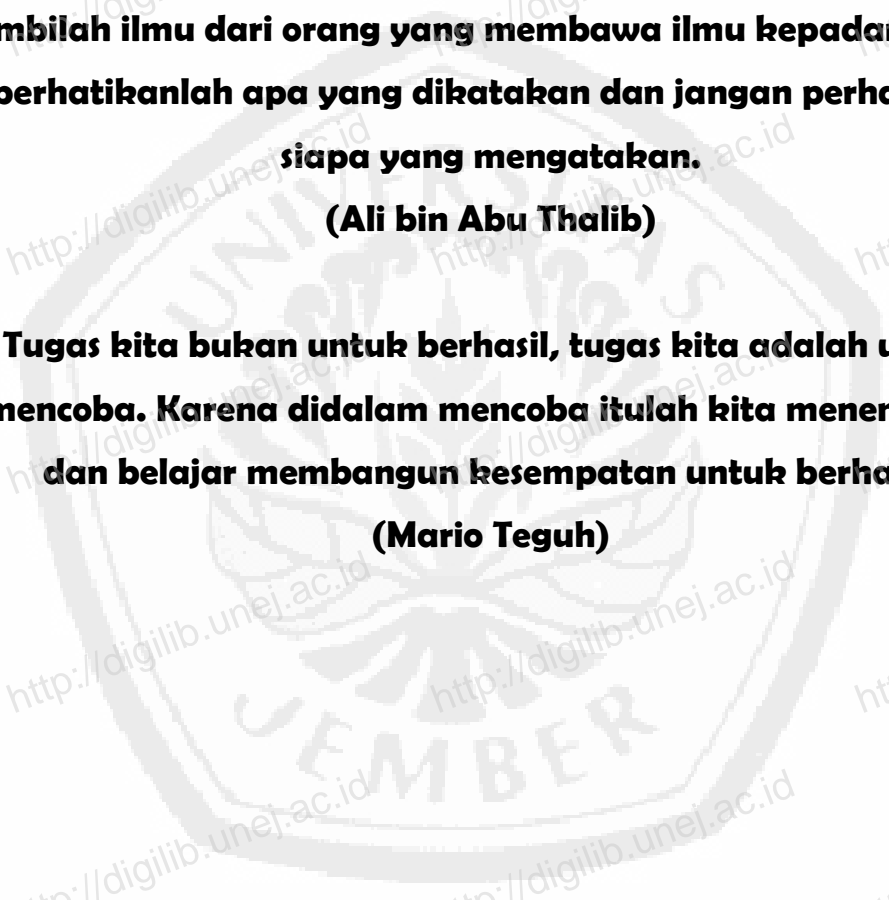
(Q.S. Ar Ra'd : 28)

**Ambilah ilmu dari orang yang membawa ilmu kepadamu dan
perhatikanlah apa yang dikatakan dan jangan perhatikan
siapa yang mengatakan.**

(Ali bin Abu Thalib)

**Tugas kita bukan untuk berhasil, tugas kita adalah untuk
mencoba. Karena didalam mencoba itulah kita menemukan
dan belajar membangun kesempatan untuk berhasil.**

(Mario Teguh)



ABSTRAKSI

Penelitian dengan judul Analisis *Brand Association* dalam Membentuk Brand Image Rokok Merek Komet di Jember memiliki tujuan untuk mengetahui analisis *brand association* dalam membentuk citra merek (*brand image*) pada Rokok Komet di Jember.

Rancangan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian *explanatory* yang bertujuan untuk mengetahui *brand association* dalam membentuk citra merek (*brand image*) Rokok Merek Komet di Jember. Penelitian ini menjelaskan hubungan antar variabel *brand association* yang akan membentuk citra merek (*brand image*). Populasi dari penelitian ini adalah konsumen Rokok Merek Komet di Jember. Dari populasi ini akan diambil suatu sampel yang akan menjadi responden dalam penelitian ini. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *Purposive sampling*. Analisis data yang digunakan antara lain uji instrumen validitas dan reliabilitas dan uji Cochran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa asosiasi merek dalam membentuk *brand image* Rokok Merek Komet di Jember antara lain harganya terjangkau, promosinya menarik, tersedia di berbagai toko/agen, mudah di dapat dalam pembelianya, cita rasa yang enak, mereknya sudah dikenal, mudah di terima keberadaannya, memberikan rasa bangga, dan pengaruh kebiasaan masyarakat.

Berdasarkan hasil analisis data di atas dapat disimpulkan bahwa asosiasi merek yang dapat membentuk citra merek (*brand image*) Rokok Merek Komet di Jember adalah harganya terjangkau, promosinya menarik, tersedia di berbagai toko/agen, mudah di dapat dalam pembelianya, cita rasa yang enak, dan mereknya sudah dikenal. Sedangkan asosiasi merek yang tidak membentuk citra merek (*brand image*) Rokok Merek Komet di Jember adalah mudah di terima keberadaannya, memberikan rasa bangga, dan pengaruh kebiasaan masyarakat.



KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT atas segala limpahan nikmat, rahmat, taufik dan hidayah-Nya, penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Brand Association dalam Membentuk Brand Image Rokok Merek Komet di Jember” sebagai salah satu syarat untuk dapat memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan karya yang sederhana ini tidak akan terselesaikan tanpa dukungan dari berbagai pihak baik secara moril maupun materil. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Moh. Saleh, MSc. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Ibu Dra. Diah Yulisetiarni, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember .
3. Bapak Drs. H. Abdul Halim, M.Si selaku dosen pembimbing I dan bapak Dr. Handryono, Msi. Selaku dosen pembimbing II. Terima kasih atas bimbingan dan pengarahan yang telah diberikan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Jember, yang telah memberikan bekal dan ilmu sehingga memudahkan dalam penyusunan skripsi ini
5. Kedua orang tuaku tercinta yang sangat aku hormati dan sayangi bapak Mulyorejo dan ibu Partini, yang telah memberikan do'a, kasih sayang dan dukungan sampai sekarang.
6. Mbak Arin, Ratih, Entok, Arina, Nopek, Vira, Latri dan Anak-anak Halmahera III No. 3 thank's atas do'a dan dukungannya.
7. Someone “JOFA ” thank atas do'a, cinta dan dukungannya selama ini.
8. Teman-teman manajemen angkatan 2004 dan 2005 yang selama ini berjuang bersama Semangat dan Sukses buat kalian.
9. Semua pihak yang telah banyak membantu memperlancar penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis berharap dan berdo'a semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya dan berguna bagi pembaca. Amin.

Jember, 04 September 2010

Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
HALAMAN ABSTRAKSI	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
1.3.1 Tujuan Penelitian	8
1.3.2 Manfaat Penelitian	8
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Tinjauan Penelitian Sebelumnya	9
2.1.1 Konsep Pemasaran.....	9
2.1.2 Ruang Lingkup Perilaku Konsumen.....	11
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	19
2.1.4 Pengertian Merek.....	22
2.1.5 Ekuitas Merek (<i>Brand Equity</i>).....	27

2.1.6 Asosiasi Merek (<i>Brand Association</i>) dan Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	31
2.2 Kajian Empiris.....	35
2.3 Kerangka Konseptual.....	37
2.4 Hipotesis.....	38
BAB 3. METODE PENELITIAN	39
3.1 Rancangan Penelitian	39
3.2 Populasi dan Sampel	39
3.3 Jenis dan Sumber Data	40
3.4 Metode Pengumpulan Data	40
3.5 Identifikasi Variabel	41
3.6 Definisi Operasional Variabel	41
3.6.1 Asosiasi Merek (<i>Brand Association</i>).....	41
3.6.2 Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	43
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.8 Metode Analisis Data	43
3.8.1 Uji Validitas dan reliabilitas.....	43
3.8.2 Uji Test <i>Cochran</i>	45
3.9 Kerangka Pemecahan masalah.....	47
BAB 4. PEMBAHASAN	50
4.1 Hasil Penelitian	50
4.1.1 Gambaran Umum Rokok Komet.....	50
4.1.2 Statistik Deskriptif Variabel penelitian.....	51
4.1.3 Karakteristik Responden.....	51
4.1.4 Deskripsi Variabel Penelitian.....	53
4.2 Analisis Data	54
4.2.1 Pengujian Instrumen Data.....	54
4.2.2 Hasil Uji <i>Cochran</i>	56

4.3 Pembahasan.....	61
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN.....	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran	64
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN.....	67

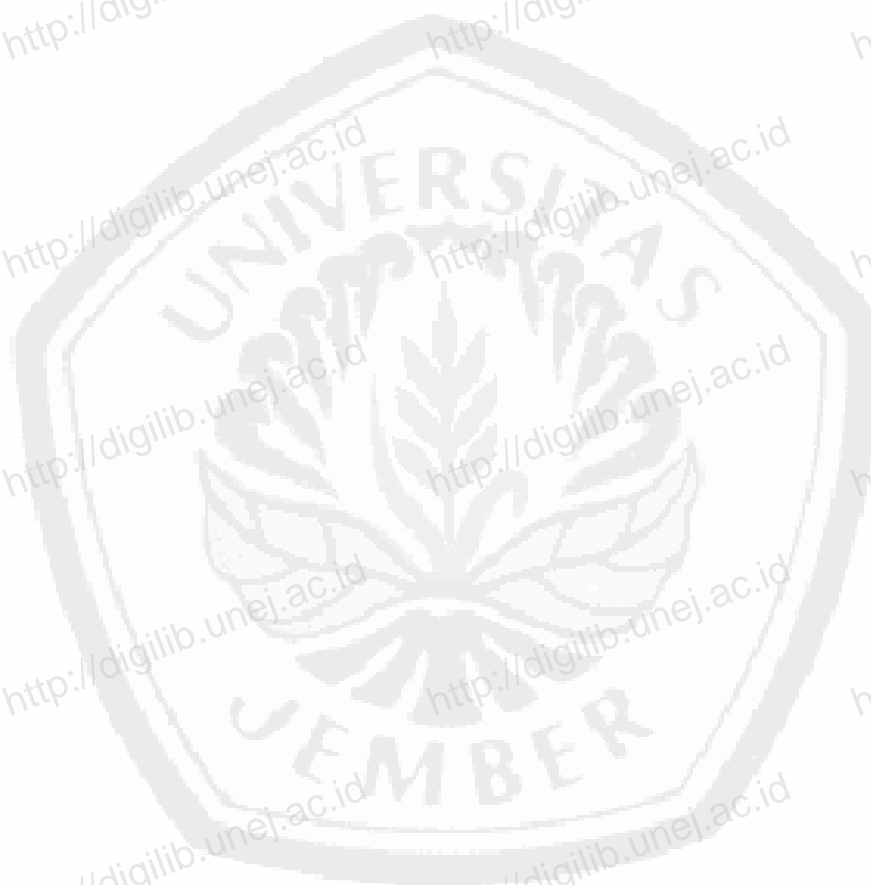


DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Laporan Penjualan Rokok Komet.....	5
Tabel 2.1 Kajian Empiris.....	35
Tabel 3.1 Hubungan Jumlah Butir Pertanyaan dengan Riliabilitas Intrumen	45
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	52
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden.....	53
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Validitas Asosiasi Merek	55
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Realibilitas.....	55
Tabel 4.7 Hasil Uji <i>Cochran</i> Pengujian 1 Semua asosiasi.....	56
Tabel 4.8 Hasil Uji <i>Cochran</i> Pengujian 1 Semua asosiasi kecuali Asosiasi ke 8 yaitu Rasa Bangga.....	57
Tabel 4.9 Hasil Uji <i>Cochran</i> Pengujian 1 Semua Asosiasi kecuali Asosiasi ke-8 yaitu Rasa Bangga dan Asosiasi ke-9 yaitu Pengaruh Kebiasaan Masyarakat.....	58
Tabel 4.10 Hasil Uji <i>Cochran</i> Pengujian 1 Semua Asosiasi kecuali Asosiasi ke-8 yaitu Rasa Bangga, Asosiasi ke-9 yaitu Pengaruh Kebiasaan Masyarakat, dan Asosiasi ke-7 yaitu Diterima Masyarakat.....	59
Tabel 4.11 Hasil Analisis <i>Brand Association</i> Yang Membentuk <i>Brand Image</i> untuk Produk Rokok Merek Komet.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	18
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	37



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Table Tabulasi Data Kueisioner
- Lampiran 3 : Distribusi Frekuensi Jawaban Responden
- Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas
- Lampiran 5 : Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 6 : Hasil Uji *Cochran*

