



**Analisis Faktor-Faktor Brand Association Konsumen Produk  
Kangsen Kenko (KK) Di Kabupaten Jember**

**SKRIPSI**

Oleh

**Ike Novieta Ernanda**

**NIM 080810201034**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER  
2012**



**Analisis Faktor-Faktor Brand Association Konsumen Produk  
Kangsen Kenko (KK) Di Kabupaten Jember**

**SKRIPSI**

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

Oleh

**Ike Novieta Ernanda**

**NIM 080810201034**

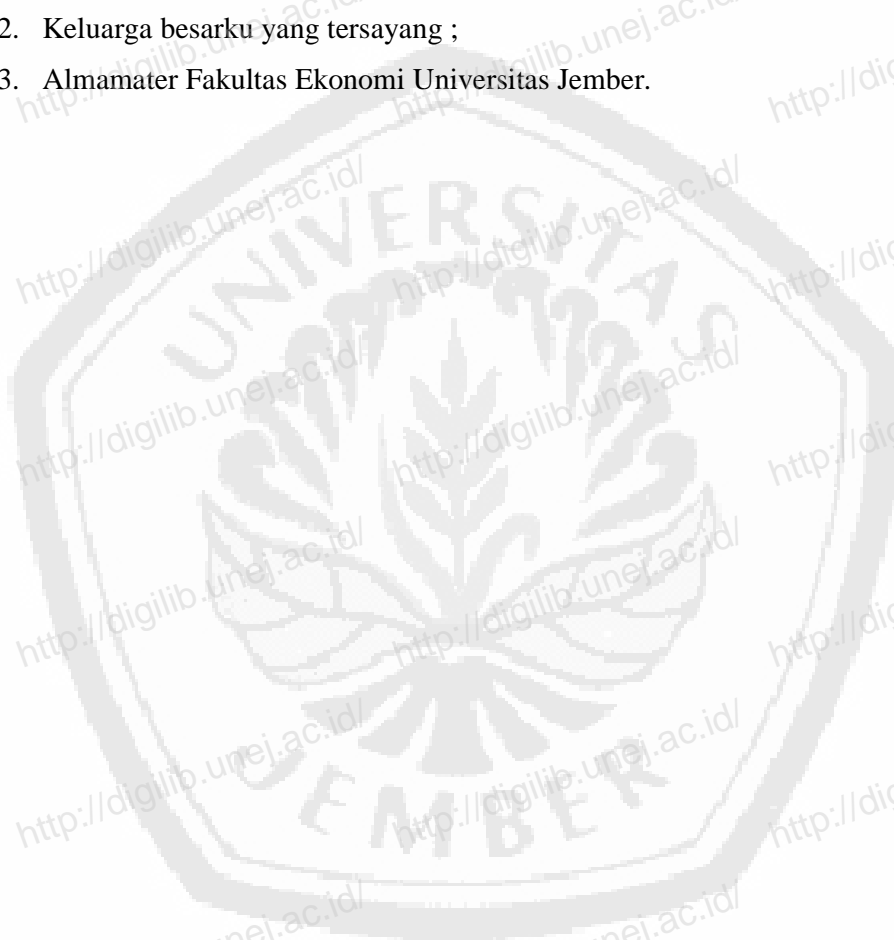
**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER**

**2012**

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua orangtuaku yang tercinta Hj. Wiwik Widyastuti dan Dr. H. Akhmad Toha M.Si;
2. Keluarga besarku yang tersayang ;
3. Almamater Fakultas Ekonomi Universitas Jember.



## **MOTTO**

**Ketahuiilah bahwa sabar, jika dipandang dalam permasalahan seseorang adalah ibarat kepala dari suatu tubuh.**

**Jika kepalanya hilang maka keseluruhan tubuh itu akan membusuk.**

**Sama halnya, jika kesabaran hilang, maka seluruh permasalahan akan rusak.**

**(Khalifah 'Ali)**

**Keberhasilan adalah kemampuan untuk melewati dan mengatasi dari satu kegagalan ke kegagalan berikutnya tanpa kehilangan semangat.**

**(Winston Churchill)**

**Naluri manusia tidak diciptakan untuk berbuat buruk tetapi untuk terus berkembang, karena naluri diciptakan untuk berbuat baik.**

**(Ike Novieta )**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL**  
**UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI**

**PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ike Novieta Ernanda

NIM : 080810201034

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “**Analisis Faktor-Faktor Brand Association Konsumen Produk Kangsen Kenko (KK) Di Kabupaten Jember**” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember,

Yang menyatakan,

Ike Novieta Ernanda

NIM 080810201034

## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul skripsi : **Analisis Faktor-Faktor Brand Association Konsumen  
Produk Kangsen Kenko (KK) Di KabupatenJember**

Nama Mahasiswa : Ike Novieta Ernanda

N I M : 080810201034

Jurusan : S-1 Manajemen / Reguler

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Tanggal Persetujuan : September 2012

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Deasy Wulandari, SE., M. Si  
NIP 19730908 200003 2 001

Prof. Dr. Isti Fadah, SE., M.Si  
NIP 19661020 199002 2 001

Ketua Jurusan  
Manajemen

Prof. Dr. Isti Fadah, SE., M.Si  
NIP 19661020 199002 2 001

**HALAMAN PEMBIMBINGAN SKRIPSI**

**SKRIPSI**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR BRAND ASSOCIATION KONSUMEN  
PRODUK KANGSEN KENKO ( KK )  
DI KABUPATEN JEMBER**

Oleh

Ike Novieta Ernanda  
NIM 080810201034

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Deasy Wulandari, SE., M.Si

Dosen Pembimbing Anggota : Prof. Dr. Hj. Isti Fadah, SE, M.Si

## PENGESAHAN

### **Analisis Faktor-Faktor Brand Association Konsumen Produk Kangsen Kenko (KK) Di Kabupaten Jember**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Ike Novieta Ernanda

NIM : 080810201034

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada :

Hari, tanggal : \_\_\_\_\_

Tempat : Fakultas Ekonomi / S1/Manajemen Pemasaran

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

#### Susunan Panitia Penguji

Ketua : Dr. Imam Suroso, SE., M. Si (.....)  
NIP 195910131988021001

Sekretaris : Prof. Dr. Hj. Isti Fadah, SE., M.Si (.....)  
NIP 19661020 199002 2 001

Anggota : Dr. Deasy Wulandari, SE., M. Si (.....)  
NIP 19730908 200003 2 001

Mengetahui/ Menyetujui  
Universitas Jember  
Fakultas Ekonomi  
Dekan,

Prof. Dr. Mohammad Saleh, M.Sc.

NIP 19560831 198403 1 002



## ABSTRACT

At this time in the brand association made a foothold consumers in making purchasing decisions related to the products offered by the company. Companies engaged in the field of beauty much do these systems in its product offering. Kangsen Kenko (KK) Jember branch is one branch of the Indonesian producer KK engaged in the cosmetics and health product.

Competition in the field of corporate marketing, especially cosmetics and health products in Jember growing cosmetics company with a number of emerging and new health products. Product are offered on average about the same. Research that is oriented to determine the factors that influence consumers decision to buy the product KK Beautyzen in Jember. Form of the observations made in the study is a survey form. In the survey method, data information collected from respondents using questionnaires.

Based on the research that has been described in the previous chapter, using factor analysis, it can be concluded that there are four factors of brand association on Beautyzen KK product, the first factor (F1) are called factors consist of features; comfort of the waiting room, bonus softdrink, and complete facial equipment, the second factor (F2) is called loyalty factor consisting of; needs, satisfaction, and use of, the third factor (F3) are called factors of excellence comprising; benefits accordingly, appropriate price, and location strategic, the fourth factor (F4) is called the pull-factor consisting of community and influence other products.

Keywords : Brand Association factors, Factor Analysis

## PRAKATA

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkat dan rahmatNya, karena tanpaNya tidak ada suatu hajatpun yang dapat terlaksana, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi yang penulis ajukan merupakan salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun faktor kealpaan penulis. Oleh karena itu penulis dengan senang hati menerima segala saran dan kritik yang berguna untuk perbaikan skripsi ini.

Skripsi ini tentu tidak akan berjalan sebagai mana mestinya tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak,akhirnya dengan segala kerendahan hati tidak lupa penulis menyampaikan rasa terima kasih yang amat besar kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Mohammad Saleh, M.Sc selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Ibu Prof. Dr. Istifadah. SE., M.Si selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Ibu Dr. Deasy Wulandari SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Prof. Dr. Istifadah. SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah dengan perhatian dan sabar memberikan segenap waktu dan pemikiran, bimbingan, semangat serta nasehat sampai terselesaikan skripsi ini.
4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah membimbing sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan studi.
5. Seluruh karyawan dan staf Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang membantu dalam hal administratif demi lancarnya skripsi penulis.
6. Teristimewa untuk kedua orang tuaku yang tercinta. Terima kasih banyak atas kesabarannya sampai dengan hari ini. Terima kasih banyak untuk semua dukungan moril dan materiil, semangat, doa, nasehat, kasih sayang, dan juga perhatian yang diberikan untukku. Semoga ini bisa membuat Papa dan Mama bangga.

7. Kakek dan Nenekku tersayang yang tak pernah lelah mendoakanku dan terima kasih atas segala nasihat yang engkau berikan untukku.
8. Kakakku, Lina Yuliana dan adik-adikku, M. Syaqui Jazil, Salva Azzahra, dan Gheisya Rahma Meylani yang selalu memberiku semangat dan selalu menghiburku.
9. *Someone special* 22 Februari, terima kasih atas semangat, dukungan, serta kesabaran yang diberikan untukku. Terima kasih karena telah memberiku banyak pelajaran hidup yang berharga. Dan terima kasih atas seluruh waktu yang telah kau berikan untukku.
10. Sahabat-sahabatku, Ajeng, Wuwuh, Rina, Nickita, Ayu, Tria, Dinar, Tatit, Riska dan sahabat-sahabatku yang tidak bisa aku sebutkan yang telah membantuku dan selalu memberi semangat, terimakasih untuk doa dan bantuannya.
11. Teman-teman seluruh angkatan 2008 jurusan manajemen fakultas ekonomi, Kita telah belajar untuk berproses menjadi pribadi yang lebih, ambil hikmah dalam setiap perjalanan kita dan jadikan penyemangat untuk menghadapi masa depan.

Kepada semua pihak yang telah tulus ikhlas membantu dan mendoakan keberhasilan untuk saya, Yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, saya sampaikan penghargaan dan terimakasih yang sebesar-besarnya. Semoga Allah melimpahkan rahmad, petunjuk, dan hidayahNya kepada kita semua, Amin.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi almamater tercinta, serta bagi setiap pembaca pada umumnya.

Jember, September 2012

Penulis

## DAFTAR ISI

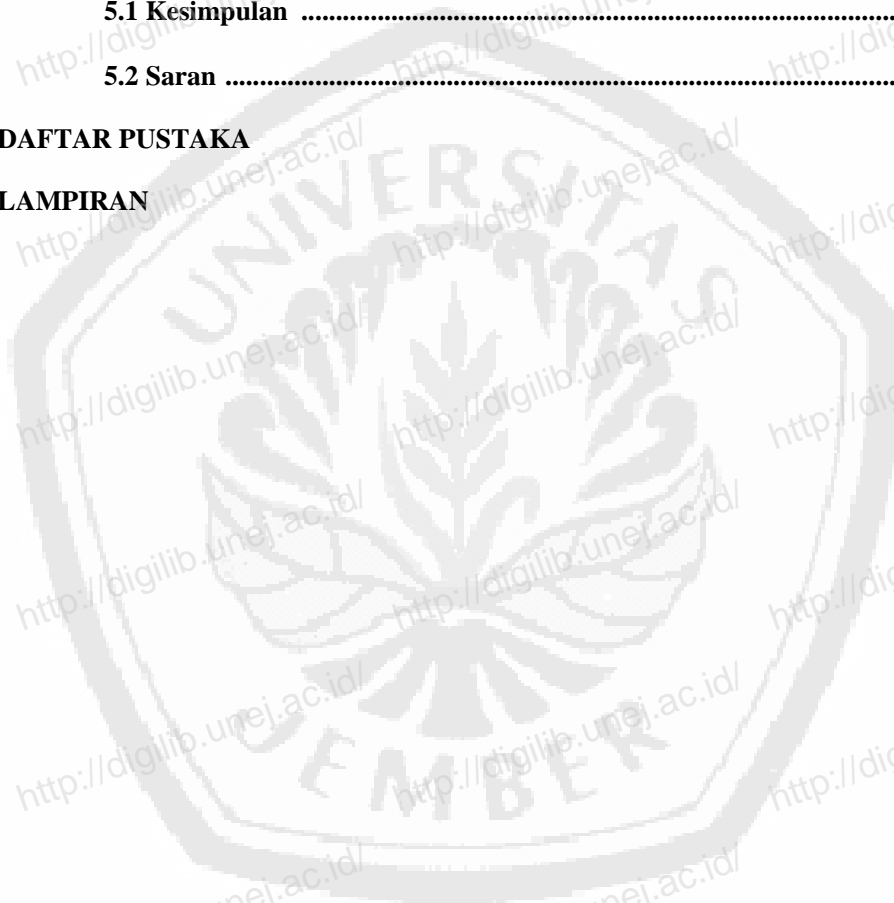
	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	vi
<b>HALAMAN PEMBIMBINGAN SKRIPSI</b> .....	vii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	viii
<b>ABSTRACT</b> .....	ix
<b>PRAKATA</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvii
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	4
<b>1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian</b> .....	5
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	5
1.3.2 Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	6
<b>2.1 Landasan Teori</b> .....	6

2.1.1 Konsep Pemasaran .....	6
2.1.2 Ruang Lingkup Perilaku Konsumen .....	7
2.1.3 Bauran Pemasaran .....	13
2.1.4 Pengertian Merek .....	15
2.1.5 Ekuitas Merek ( <i>Brand Equity</i> ) .....	18
<b>2.2 Kajian Empiris (Penelitian Terdahulu) .....</b>	<b>22</b>
<b>2.3 Kerangka Konseptual .....</b>	<b>24</b>
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>25</b>
3.1 Rancangan Penelitian .....	25
3.2 Jenis dan Sumber Data .....	25
3.3 Populasi dan Sampel .....	26
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	27
3.5 Identifikasi Variabel .....	27
3.6 Definisi Operasional Variabel .....	28
3.7 Teknik Pengukuran Data .....	29
3.8 Metode Analisis Data .....	30
3.8.1 Uji Validitas .....	30
3.8.2 Uji Reliabilitas .....	30
3.8.3 Analisis Faktor .....	31
<b>3.9 Kerangka Pemecahan Masalah .....</b>	<b>32</b>
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>34</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	34
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	34
4.2 Karakteristik Responden .....	35
4.3 Uji Instrumen .....	38

4.3.1 Uji Validitas .....	37
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	39
<b>4.4 Hasil Analisis Faktor .....</b>	<b>40</b>
<b>4.5 Pembahasan .....</b>	<b>47</b>
<b>BAB V. PENUTUP .....</b>	<b>53</b>
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>53</b>
<b>5.2 Saran .....</b>	<b>54</b>

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

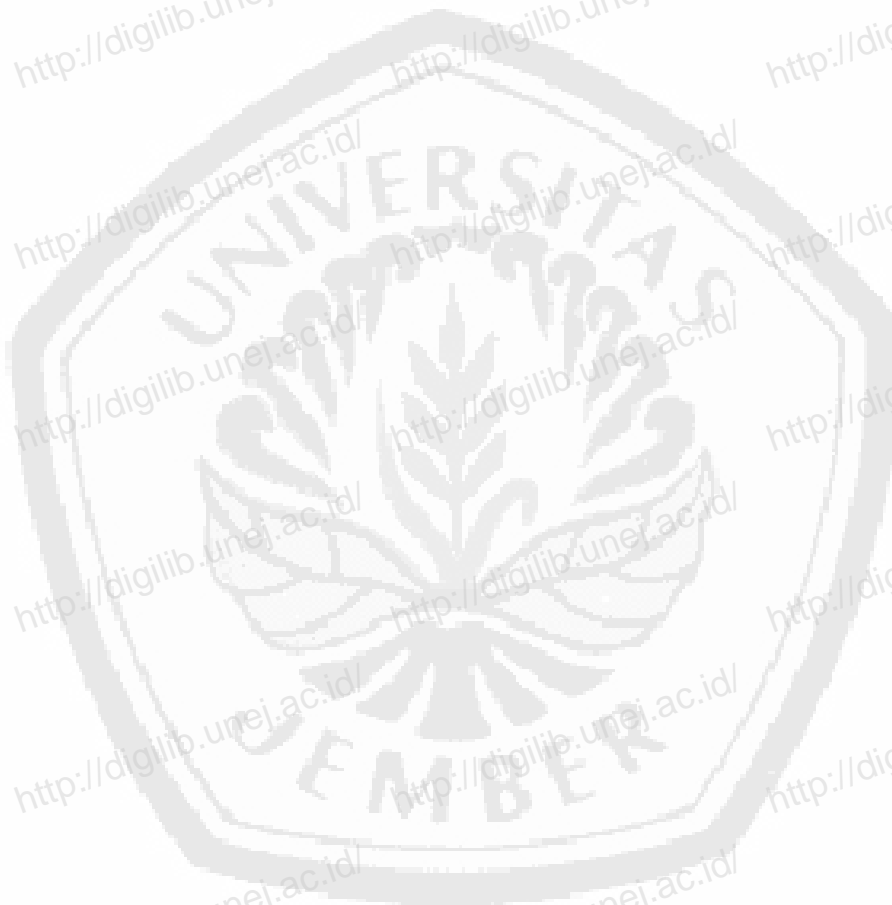


## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Volume Penjualan Produk Beautyzen .....	4
Tabel 2.2 Kajian Empiris (Penelitian Terdahulu) .....	22
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	36
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	36
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	37
Tabel 4.4 Hasil Validitas <i>Independent Variable</i> .....	39
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas <i>Independent Variable</i> .....	40
Tabel 4.6 KMO and Barlett's Test.....	41
Tabel 4.7 Nilai MSA Tahap Pertama.....	42
Tabel 4.8 Hasil Uji Ulang ( <i>Anti Image Matrices</i> ).....	43
Tabel 4.9 <i>Total Variance Explained</i> .....	44
Tabel 4.10 Rotated Component Matrix <sup>a</sup> .....	45

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual .....	22
Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah .....	32





## DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian

Lampiran 2. Hasil Kuisisioner

Lampiran 3. Hasil Perhitungan Correlation

Lampiran 4. Hasil Perhitungan Analisis Faktor I

Lampiran 5. Hasil Perhitungan Analisis Faktor II

