



**ANALISIS ASOSIASI MEREK (BRAND ASSOCIATION) PRODUK  
SABUN MEREK LUX, LIFEBOUY, GIV DAN NUVO  
DI KALANGAN IBU RUMAH TANGGA DI KECAMATAN PUGER**

**SKRIPSI**

**Oleh :**

**DANIAR KRISTANTY**  
**060810291110**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER**

**2011**



**ANALISIS ASOSIASI MEREK (BRAND ASSOCIATION) PRODUK  
SABUN MEREK LUX, GIV DAN NUVO DI KALANGAN IBU  
RUMAH TANGGA DI KECAMATAN PUGER**

**SKRIPSI**

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

**Oleh :**

**DANIAR KRISTANTY**  
**060810291110**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER**

**2011**

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

**SURAT PERNYATAAN**

Nama : DANIAR KRISTANTY  
NIM : 060810291110  
Jurusan : MANAJEMEN  
Konsentrasi : MANAJEMEN PEMASARAN  
Judul Skripsi : ANALISIS ASOSIASI MEREK (BRAND ASSOCIATION) PRODUK SABUN MEREK LUX, LIFEBOUY, GIV DAN NUVO DI KALANGAN IBU RUMAH TANGGA DI KECAMATAN PUGER

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jember, 24 Juni 2011

Yang menyatakan,

**DANIAR KRISTANTY**

**NIM 060810291110**

## LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Analisis Asosiasi Merek (Brand Association) Produk  
Sabun Merek Lux, Lifebouy, Giv dan Nuvo Di Kalangan  
Ibu Rumah Tangga Di Kecamatan Puger

Nama : Daniar Kristanty

NIM : 060810291110

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. Adi Prasodjo, MP  
NIP. 19550516 198703 1 001

Drs. Didik Pudjo musmedi, M.Si  
NIP. 19610209 198603 1 001

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Hj. Isti Fadah, MSi  
NIP. 19661020 199002 2 001

**JUDUL SKRIPSI**

**ANALISIS ASOSIASI MEREK (BRAND ASSOCIATION) SABUN MEREK LUX, LIFEBOUY, GIV DAN NUVO DI KALANGAN IBU RUMAH TANGGA DI KECAMATAN PUGER**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama Mahasiswa : DANIAR KRISTANTY

NIM : 060810291110

Jurusan : Manajemen

telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal :

13 Juni 2011

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Tim Penguji

Ketua : Drs. I Ketut Indraningrat, M.Si : .....  
NIP. 19610710 198902 1 002  
Sekretaris : Drs. Didik Pudjo Musmedi, M.Si : .....  
NIP. 19610209 198603 1 001  
Anggota : Drs. Adi Prasadjo, MP : .....  
NIP. 19730908 200003 2 001

Mengetahui,  
Fakultas Ekonomi  
Universitas Jember  
Dekan,

Prof. Dr. H. Mohammad Saleh, M.Sc.  
NIP. 19560831 198403 1 002

## **PERSEMBAHAN**

Karya tulis ini ku persembahkan untuk :

- Kedua orang tuaku, bapak Noegroho Dwi Soesetyonohadi dan ibu Santy Ismami
- Kakakku Ong Yuwono
- Andika Pujiantoro
- Bhonie De Angelo
- Keluarga di Jalan Kalimantan X No. 24 Jember
- Almamater Tercinta



## **MOTTO**

Sesungguhnya Allah tidak akan merubah nasib sesuatu kaum,  
sampai kaum itu merubah nasibnya sendiri.

(surat Ar-Ra'd ayat 11)

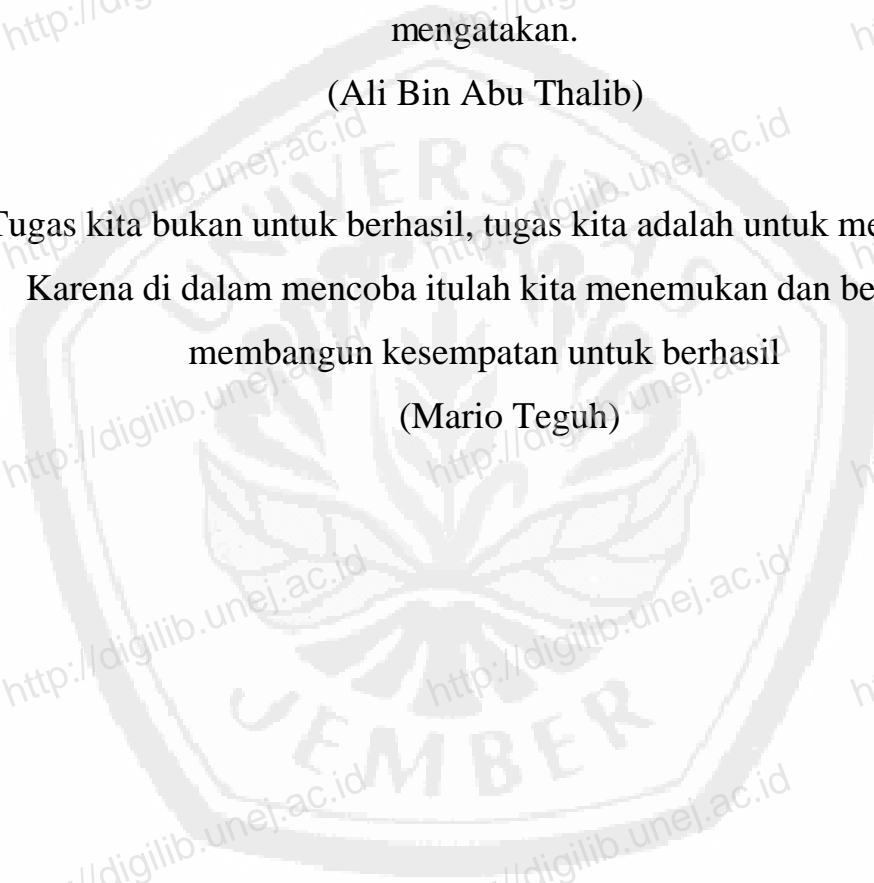
Ambilah ilmu dari orang yang membawa ilmu kepadamu dan  
perhatikanlah apa yang di katakan dan jangan perhatikan siapa yang  
mengatakan.

(Ali Bin Abu Thalib)

Tugas kita bukan untuk berhasil, tugas kita adalah untuk mencoba.

Karena di dalam mencoba itulah kita menemukan dan belajar  
membangun kesempatan untuk berhasil

(Mario Teguh)



## ABSTRAKSI

Pada penelitian ini berjudul “ Analisis Asosiasi Merek (Brand Association) Produk Sabun Merek Lux, Lifebouy, Giv dan Nuvo Di Kalangan Ibu Rumah Tangga Di Kecamatan Puger. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui asosiasi merek pada produk sabun jenis batangan merek Lux, Lifebouy, Giv dan Nuvo di kalangan ibu rumah tangga di kecamatan Puger. Penelitian ini menggunakan ini menggunakan data primer yang diambil dari kuisioner dari responden, yaitu ibu-ibu rumah tangga yang pernah menggunakan sabun mandi merek Lux, Lifebouy, Giv dan Nuvo. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling*, dengan jumlah sampel ada 80 orang. Alat analisis yang di gunakan adalah alat analisis pengujian instrumen yaitu uji reabilitas metode *Spearman Brown*, dilanjutkan dengan analisis uji *Cochran* .

Berdasarkan hasil uji *Cochran*, bahwa produk sabun mandi merek Lux merupakan merek sabun mandi yang layak memiliki atribut asosiasi merek sudah terkenal, banyak pilihan, mudah didapatkan, membersihkan tubuh dari kuman, lembut di kulit, wangi tahan lama, dan juga mempunyai kualitas tinggi. Sedangkan pada produk sabun merek Lifebouy, merupakan merek sabun mandi yang layak memiliki atribut asosiasi harga terjangkau, banyak pilihan, mudah di peroleh, membersihkan tubuh dari kuman, lembut di kulit. Pada produk sabun mandi merek Giv, merupakan merek sabun mandi yang layak memiliki atribut asosiasi merek sudah terkenal, harga terjangkau, banyak pilihan, mudah diperoleh, lembut di kulit, dan wangi tahan lama. Dan yang terakhir pada produk sabun mandi merek Nuvo, merupakan merek sabun mandi yang layak memiliki atribut asosiasi harga terjangkau, banyak pilihan, mudah diperoleh, membersihkan tubuh dari kuman, wangi tahan lama dan mempunyai kualitas tinggi.

**Kata Kunci** : Asosiasi Merek



## PRAKATA

Puji syukur kehadiran Tuhan YME yang telah melimpahkan rahmat dan hidayat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik. Dalam menyusun skripsi ini, penulis memperoleh bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

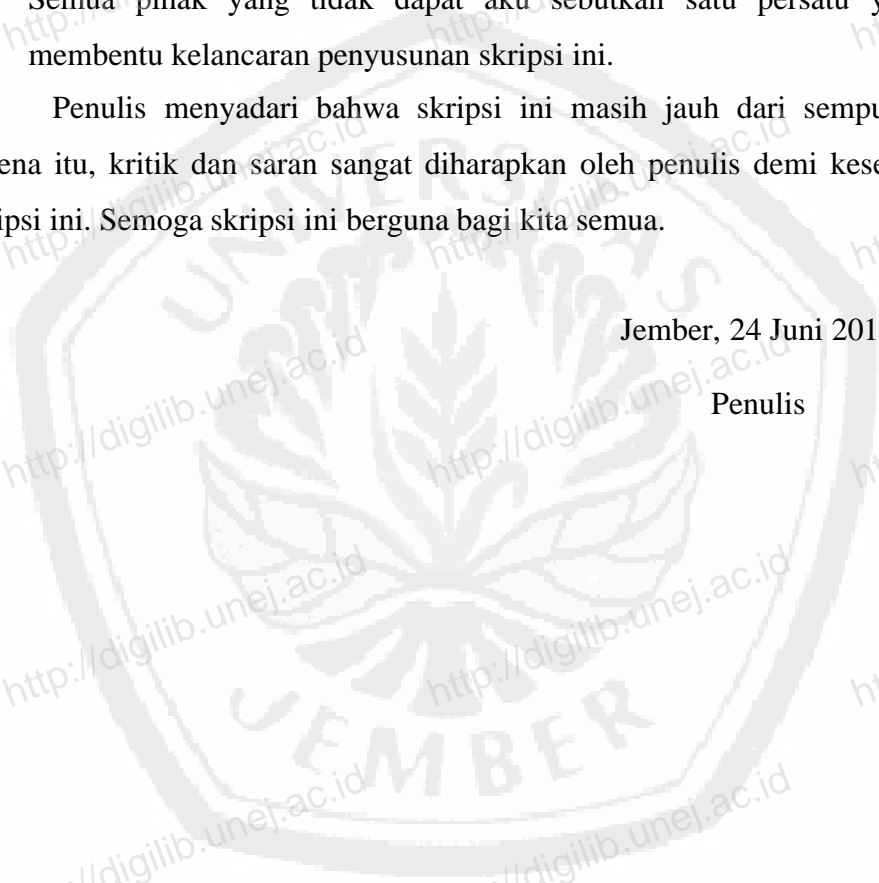
1. Bapak Prof. Dr. Mohamad Saleh, M.Sc, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Ibu Dr. Hj. Isti Fadah, M.si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Bapak Drs. Adi Prasodjo, MP selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Drs. Didik Pudjo Musmedi, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan staf pengajar serta karyawan di Fakultas Ekonomi Universitas Jember atas ilmu dan bantuan yang diberikan selama ini.
6. Kedua orang tuaku tercinta, Bapak Noegroho Dwi Soesetyonohadi dan ibuku Santy Ismami yang telah memberi restu dan do'a, rasa kasih dan sayang, serta dukungan moral dan materiil yang tak terhingga selama penulis melaksanakan studi hingga selesainya skripsi ini.
7. Kakakku Ong Yuwono, terima kasih atas kasih sayang, dukungan dan semangat yang sudah di berikan selama ini. You are the best Brother for me.
8. Andika Pujiantoro, terima kasih atas dukungan, cinta dan kasih sayang yang sudah di berikan selama ini. Terima kasih juga sudah ada di sampingku semenjak masa SMA sampai sekarang, baik dalam suka maupun dalam duka.
9. Keluarga keduaku di Jalan Kalimantan X No. 24 Jember, Budhe Titik, mas Dedet, Mbak Mimin, Mbak Nita terima kasih atas semangat dan keceriaan yang sudah diberikan selama ini
10. Bhonie De Angelo yang selalu setia menjadi sahabatku, kamu akan selalu hidup dalam hatiku meskipun sekarang ragamu telah tiada.

11. Teman- temanku saat berada di rumah Muthie, Beti, Beto dan Cupliss terima kasih karena selalu membuatku tertawa dengan tingkah-tingkah kalian yang lucu.
12. Teman- teman SMA Nurudin Yahya , Bebasani Fajar, Hazin Nur, Eko Widodo, Nurmansyah, Agung Sri Wiyono dan Muchlis Tamami semoga kisah kita menjadi sebuah kisah klasik untuk masa depan.
13. Seluruh teman-teman Manajemen 2006 Fakultas Ekonomi Universitas Jember, terima kasih atas kebersamaan yang sudah kita lalui selama ini.
14. Semua pihak yang tidak dapat aku sebutkan satu persatu yang telah membantu kelancaran penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat diharapkan oleh penulis demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini berguna bagi kita semua.

Jember, 24 Juni 2011

Penulis



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN JUDUL SKRIPSI</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>MOTTO</b> .....	vi
<b>ABSTRAKSI</b> .....	vii
<b>PRAKATA</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II : TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Tinjauan Pustaka .....	7
2.1.1 Pengertian Merek .....	7
2.1.2 Ekuitas Merek (Brand Equity) .....	8
2.1.3 Asosiasi Merek (Brand Association) .....	9
2.2 Kajian Empiris .....	12
2.3 Kerangka Konseptual .....	15
<b>BAB III : METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Rancangan Penelitian .....	17
3.2 Jenis Data dan Sumber Data .....	17
3.3 Metode Pengumpulan data.....	18
3.4 Populasi dan Sampel.....	18
3.5 Identifikasi Variabel .....	19
3.6 Definisi Operasional Variabel .....	19

3.7	Skala Pengukuran.....	21
3.8	Metode Analisis Data .....	22
3.8.1	Uji Validitas .....	22
3.8.2	Uji Realibilitas.....	23
3.8.3	<i>Uji Cochran</i> .....	24
3.9	Kerangka Pemecahan Masalah .....	26

#### **BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	28
4.1.1	Letak Geografis .....	28
4.1.2	Populasi Penduduk .....	29
4.1.3	Fasilitas Perdagangan .....	29
4.1.4	Grup Kesenian.....	30
4.1.5	Sarana dan Prasarana .....	30
4.2	Deskripsi Produsen Sabun .....	30
4.2.1	PT. Unilever .....	30
4.2.2	PT. Wings .....	32
4.3	Deskripsi Responden dan Jawaban Atas Variabel Penelitian.....	33
4.4	Pengujian Instrument Data .....	39
4.4.1	Uji Validitas.....	39
4.4.2	Uji Realibilitas.....	40
4.5	Hasil Uji Cochran.....	40
4.6	Pembahasan.....	57

#### **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1	Kesimpulan .....	60
5.2	Saran.....	60

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Tabel Penelitian Terdahulu .....	14
4.1 Tabel Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Sabun Lux .....	33
4.2 Tabel Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Sabun Lifebouy .....	35
4.3 Tabel Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Sabun Nuvo .....	36
4.4 Tabel Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Sabun Giv .....	38
4.5 Tabel Hasil Uji Validitas .....	39
4.6 Tabel Hasil Uji Reabilitas .....	39
4.7 Tabel Uji <i>Cochran</i> Pengujian I Sabun Lux .....	40
4.8 Tabel Hasil <i>Cochran</i> Pengujian 2 Sabun Lux .....	42
4.9 Tabel Hasil Analisis Merek Sabun Lux .....	44
4.10 Tabel Hasil Uji <i>Cochran</i> Pengujian 1 Sabun Lifebouy .....	43
4.11 Tabel Hasil Uji <i>Cochran</i> Pengujian 2 Sabun Lifebouy .....	44
4.12 Tabel Hasil Uji <i>Cochran</i> Pengujian 3 Sabun Lifebouy .....	45
4.13 Tabel Hasil Uji <i>Cochran</i> Pengujian 4 Sabun Lifebouy .....	46
4.14 Tabel Hasil Analisis Asosiasi Merek Sabun Lifebouy .....	47
4.15 Tabel Hasil Uji <i>Cochran</i> Pengujian 1 Sabun Nuvo .....	48
4.16 Tabel Hasil Uji <i>Cochran</i> Pengujian 2 Sabun Nuvo .....	49
4.17 Tabel Hasil Uji <i>Cochran</i> Pengujian 3 Sabun Nuvo .....	50
4.18 Tabel Hasil Asosiasi Merek Sabun Nuvo .....	51
4.19 Tabel Hasil Uji <i>Cochran</i> Pengujian 1 Sabun Giv .....	52
4.20 Tabel Hasil Uji <i>Cochran</i> Pengujian 2 Sabun Giv .....	53
4.21 Tabel Hasil Uji <i>Cochran</i> Pengujian 3 Sabun Giv .....	54
4.22 Tabel Hasil Analisis Asosiasi Merek Sabun Giv .....	55

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Konseptual Penelitian .....	16
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah .....	26
4.1 Kurva Pengujian Untuk Sabun Mandi Merek Lux .....	42
4.2 Kurva Pengujian Sabun Lux Kecuali Asosiasi 2 .....	43
4.3 Kurva Pengujian Sabun Lifebouy semua Asosiasi .....	45
4.4 Kurva Pengujian Sabun Lifebouy Kecuali Asosiasi 7 .....	46
4.5 Kurva Pengujian Sabun Lifebouy Kecuali Asosiasi 7 dan 8.....	47
4.6 Kurva Pengujian Sabun Lifebouy Kecuali Asosiasi Nomor 1, 7 dan 8	48
4.7 Kurva Pengujian Untuk Sabun Merek Nuvo Semua Asosiasi.....	50
4.8 Kurva Pengujian Sabun Nuvo Kecuali Asosiasi Nomor 6.....	51
4.9 Kurva Pengujian Sabun Nuvo Kecuali Asosiasi Nomor 1 dan 6.....	52
4.10 Kurva Pengujian Sabun Giv Semua Asosiasi.....	54
4.11 Kurva Pengujian Sabun Giv Kecuali Asosiasi Nomor 5.....	55
4.12 Kurva Pengujian Sabun Giv Kecuali Asosiasi Nomor 5 dan 8.....	56

## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran

- A. Kuisisioner Penelitian ..... 62
- B. Lampiran 2 Rekapitulasi Jawaban Responden
- C. Lampiran 3 Hasil Uji Validitas
- D. Lampiran 4 Hasil Uji Realibilitas
- E. Lampiran 5 Hasil Uji *Cochran* Sabun Lux
- F. Lampiran 6 Hasil Uji *Cochran* Sabun Lifebouy
- G. Lampiran 7 Hasil Uji *Cochran* Sabun Nuvo
- H. Lampiran 8 Hasil Uji *Cochran* Sabun Giv
- I. Surat Ijin Penelitian

