



**ANALISIS ASOSIASI MEREK (*BRAND ASSOCIATION*)
PRODUK DETERJEN JENIS BUBUK
DI KALANGAN IBU RUMAH TANGGA
(Studi Kasus di Kecamatan Tulungagung Kabupaten Tulungagung)**

SKRIPSI

Oleh :

Dini Sri Rahayu
NIM. 040810201346

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
2008**



**ANALISIS ASOSIASI MEREK (*BRAND ASSOCIATION*)
PRODUK DETERJEN JENIS BUBUK
DI KALANGAN IBU RUMAH TANGGA
(Studi Kasus di Kecamatan Tulungagung Kabupaten Tulungagung)**

Skripsi

**Diajukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Jember**

Oleh :

**Dini Sri Rahayu
NIM. 040810201346**

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
2008**

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER - FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Nama Mahasiswa : Dini Sri Rahayu
NIM : 040810201346
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : **Analisis Asosiasi Merek (*Brand Association*)
Produk Deterjen Jenis Bubuk Di Kalangan Ibu
Rumah Tangga (Studi Kasus di Kecamatan
Tulungagung Kabupaten Tulungagung)**

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jember, Februari 2008

Yang menyatakan,

Dini Sri Rahayu
NIM. 040810201346

TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **Analisis Asosiasi Merek (*Brand Association*)
Produk Deterjen Jenis Bubuk Di Kalangan Ibu
Rumah Tangga (Studi Kasus di Kecamatan
Tulungagung Kabupaten Tulungagung)**

Nama Mahasiswa : Dini Sri Rahayu
NIM : 040810201346
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Drs. Adi Prasodjo, MP
NIP. 131 691 014

Wiji Utami, SE, M.Si
NIP. 132 282 696

Ketua Jurusan,

Dra. Diah Yulisetiari, M.Si
NIP. 131 624 474

Tanggal Persetujuan : 8 Februari 2008

JUDUL SKRIPSI
ANALISIS ASOSIASI MEREK (*BRAND ASSOCIATION*)
PRODUK DETERJEN JENIS BUBUK
DI KALANGAN IBU RUMAH TANGGA
(Studi Kasus di Kecamatan Tulungagung Kabupaten Tulungagung)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama Mahasiswa : DINI SRI RAHAYU
NIM : 040810201346
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal:

25 Februari 2008

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. Imam Suroso, M.Si
NIP. 131 759 838

Sekretaris : Ika Barokah Suryaningsih, SE, MM
NIP. 132 304 454

Anggota : Drs. Adi Prasodjo, MP
NIP. 131 691 014

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Jember

Dr. H. Sarwedi, MM.
NIP. 131 276 658

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan Karya Sederhana ini sebagai ungkapan rasa terima kasih, sayang dan cintaku kepada orang-orang yang berarti dalam hidupku, yaitu:

- ♥ *Kedua orang tuaku, Ayahanda Puguh Santoso (Alm), dan Ibunda Sri Haryani yang tiada henti mengucapkan serangkaian doa terbaik dengan ketulusan hati untuk keberhasilan dan kebahagiaanku.*
- ♥ *Kakakku Dina Puguh Rahayu, S.H dan adikku Deva Putra Wahyu Santoso, yang telah memberikan keceriaan dan semangat kepadaku dalam menjalani hidup.*
- ♥ *Eyang putriku Sumartini, yang selalu menyayangi dan mengasihiku, nasehatmu sangat berarti dalam hidupku.*
- ♥ *Hari Cahyadi, S.Pd, terima kasih atas cinta, kasih sayang dan kesabaran hati dalam mendampingiku menjalani hidup, engkau membuat semuanya menjadi "tidak biasa" bagiku.*
- ♥ *Keluarga besarku, Pakde Bondan, budhe Tun, Mbak Anik, Mas Adi, Pakde Anon, dan Mas Didit, terima kasih atas dukungan, perhatian dan kasih sayang yang telah diberikan selama ini.*
- ♥ *Almamaterku Tercinta.*

MOTTO

Hanya KepadaMu ya Allah aku menyembah, dan hanya KepadaMu aku memohon pertolongan. Tunjukkanlah aku jalan yang lurus, yaitu jalan orang-orang yang Engkau ridhoi, bukan jalan orang-orang yang Engkau murkai.

(QS. Al Fatihah 5-7)

Berkah terbaik adalah doa seorang ibu yang ikhlas terhadap anaknya, harta yang terbesar adalah bakti seorang anak kepada ibunya. Berbuat baik adalah harta yang termahal di dunia, berbuat jahat berakibat penderitaan di akhirat.

(Penulis)

ABSTRAKSI

Penelitian ini berjudul “Analisis Asosiasi Merek (*Brand Association*) Produk Deterjen Jenis Bubuk Di Kalangan Ibu Rumah Tangga (Studi Kasus di Kecamatan Tulungagung Kabupaten Tulungagung)”. Tujuan penelitian untuk mengetahui asosiasi merek (*brand association*) dalam membentuk citra merek (*brand image*) pada produk deterjen jenis bubuk merek Rinso, Surf, Daia dan Attack pada ibu rumah tangga di Kecamatan Tulungagung Kabupaten Tulungagung.

Penelitian ini menggunakan data primer yang diambil dari respon atas kuesioner yang diisi oleh ibu-ibu rumah tangga yang pernah menggunakan produk deterjen jenis bubuk merek Rinso, Surf, Daia dan Attack. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling*, dengan jumlah sampel adalah 98 orang. Alat analisis yang digunakan adalah alat analisis pengujian instrumen yaitu uji validitas metode *Pearson Product Moment*, uji reliabilitas metode *Spearman-Brown*, dan dianalisis dengan uji *Cochran*.

Berdasarkan hasil uji *Cochran* bahwa Produk deterjen merek Rinso merupakan merek deterjen yang layak memiliki atribut asosiasi merek sudah terkenal; bersih, harum dan irit; busa banyak; lembut ditangan; mudah diperoleh; dan kemasan menarik. Selain itu produk deterjen merek Rinso tidak layak memiliki atribut asosiasi banyak pilihan dan harga murah. Produk deterjen merek Surf merupakan merek deterjen yang layak memiliki atribut asosiasi merek sudah terkenal; bersih, harum dan irit; busa banyak; lembut ditangan; harga murah; mudah diperoleh; dan kemasan menarik. Selain itu produk deterjen merek Surf tidak layak memiliki atribut asosiasi banyak pilihan. Produk deterjen merek Daia merupakan merek deterjen yang layak memiliki atribut asosiasi merek sudah terkenal; bersih, harum dan irit; busa banyak; lembut ditangan; harga murah; mudah diperoleh; dan kemasan menarik. Selain itu produk deterjen merek Daia tidak layak memiliki atribut asosiasi banyak pilihan. Sedangkan Produk deterjen merek Attack merupakan merek deterjen yang layak memiliki atribut asosiasi merek sudah terkenal; bersih, harum dan irit; busa banyak; lembut ditangan; mudah diperoleh; dan kemasan menarik. Selain itu produk deterjen merek Attack tidak layak memiliki atribut asosiasi banyak pilihan dan harga murah.

Kata Kunci : Asosiasi Merek

KATA PENGANTAR

Bissmillahirrahmannirrahim,

Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh,

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, serta memberikan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Analisis Asosiasi Merek (*Brand Association*) Produk Deterjen Jenis Bubuk Di Kalangan Ibu Rumah Tangga (Studi Kasus di Kecamatan Tulungagung Kabupaten Tulungagung)”**. Sholawat serta salam semoga tetap tercurah kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW.

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan semua pihak, baik itu berupa dorongan, nasehat, saran maupun kritik yang sangat membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati serta penghargaan yang tulus, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Sarwedi MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Ibu Dra. Diah Yulisetiari, M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember dan dosen wali yang telah membantu memberi pengarahan dan bimbingan kepada penulis selama studi.
3. Bapak Drs. Adi Prasodjo, MP, selaku Dosen Pembimbing I yang bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, saran, kritik dan pengarahan dengan penuh kesabaran dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Wiji Utami, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahnya dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen beserta Staf Karyawan di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Jember serta Perpustakaan POMA Ekonomi dan Perpustakaan Pusat.

6. Bapak Camat dan seluruh pegawai kantor Kecamatan Tulungagung Kabupaten Tulungagung yang telah memberikan kesempatan dan ijin kepada penulis untuk mengadakan penelitian serta memberikan data-data yang diperlukan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Keluarga besarku, Pakde Bondan, Budhe Tun, Mbak Anik, Mas Adi, Pakde Anon dan Mas Didit, terima kasih atas dukungan, perhatian dan kasih sayang yang telah diberikan selama ini.
8. Sahabat-sahabat terbaikku Lina, Rahma, Risca, Erni, Desi, Ratih dan Jeysica terima kasih untuk do'a, dukungan, kasih sayang, dan kebersamaan selama ini, kalian adalah sahabat terbaikku.
9. Seluruh teman-teman Jurusan Manajemen Angkatan 2004 yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, terima kasih semuanya.
10. Seluruh Keluarga Besar Kost Jawa II/27 Jember, Mb Nuning, Mb Rara, Kiki, Erni, Risa, Rika, Vinda, Wulan, Sisma, Piping, Dewi dan Ima, terima kasih atas kebersamaan, canda tawa dan keakraban yang telah terjalin selama ini.

Semoga Allah SWT selalu memberikan Hidayah dan Rahmat kepada semua pihak yang telah membantu dengan ikhlas sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis sadar akan keterbatasan dan kurang sempurnanya penulisan skripsi ini, oleh karena itu segala saran dan kritik yang bersifat membangun akan sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan tambahan pengetahuan bagi yang membacanya.

Alhamdulillah Hirabbil Alamin

Wassalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh.

Jember, Februari 2008

Penulis

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|----------------|
| HALAMAN SAMPUL | i |
| HALAMAN JUDUL | ii |
| HALAMAN PERNYATAAN | iii |
| HALAMAN PERSETUJUAN | iv |
| HALAMAN PENGESAHAN | v |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | vi |
| HALAMAN MOTTO | vii |
| ABSTRAKSI | viii |
| KATA PENGANTAR | ix |
| DAFTAR ISI | xi |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvi |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Pokok Permasalahan | 3 |
| 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian..... | 4 |
| 1.3.1 Tujuan Penelitian | 4 |
| 1.3.2 Manfaat Penelitian..... | 4 |
| 1.4 Batasan Masalah | 4 |
| | |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 5 |
| 2.1 Landasan Teori | 5 |
| 2.1.1 Merek | 5 |
| 2.1.2 Ekuitas Merek (<i>Brand Equity</i>)..... | 9 |
| 2.1.3 Asosiasi Merek (<i>Brand Association</i>) | 11 |
| 2.1.4 Kepribadian Konsumen Tentang Merek | 13 |

| | | |
|--|---|-----------|
| 2.2 | Kajian Empiris | 15 |
| 2.3 | Kerangka Konseptual | 19 |
| 2.4 | Hipotesis | 20 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | | 21 |
| 3.1 | Rancangan Penelitian..... | 21 |
| 3.2 | Jenis Dan Sumber Data | 21 |
| 3.3 | Metode Pengumpulan Data | 22 |
| 3.4 | Populasi dan Sampel Penelitian..... | 22 |
| 3.4.1 | Populasi | 22 |
| 3.4.2 | Sampel Penelitian | 23 |
| 3.5 | Definisi Operasional Variabel | 24 |
| 3.6 | Teknik Pengukuran | 25 |
| 3.7 | Teknik Pengujian Instrumen Penelitian | 25 |
| 1. | Uji Validitas <i>Pearson Product Moment</i> | 25 |
| 2. | Uji Reliabilitas Metode <i>Spearman-Brown</i> | 26 |
| 3.8 | Metode Analisis | 27 |
| 3.9 | Alur Pemecahan Masalah..... | 29 |
| 3.10 | Keterangan Alur Pemecahan Masalah | 30 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | | 31 |
| 4.1 | Gambaran Umum Obyek Penelitian | 31 |
| 4.1.1 | Kondisi Geografis Kecamatan Tulungagung..... | 31 |
| 4.1.2 | Kondisi Demografis Kecamatan Tulungagung.. | 31 |
| 4.1.3 | Gambaran Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Tulungagung Kabupaten Tulungagung | 34 |
| 4.1.4 | Sekilas Tentang Rinso, Daia, Surf, Dan Attack. | 35 |
| 4.2 | Hasil Analisis Data | 37 |
| 4.2.1 | Uji Validitas <i>Pearson Product Moment</i> | 37 |
| 4.2.2 | Uji Reliabilitas Metode <i>Spearman-Brown</i> | 39 |

| | |
|---|-----------|
| 4.2.3 Analisis Asosiasi Merek (<i>Brand Association</i>) Dengan Uji <i>Cochran</i> | 44 |
| 4.3 Pembahasan | 52 |
| BAB V SIMPULAN DAN SARAN | 56 |
| 5.1 Simpulan..... | 56 |
| 5.2 Saran..... | 57 |
| DAFTAR PUSTAKA | |
| LAMPIRAN – LAMPIRAN | |

DAFTAR TABEL

| | | Halaman |
|-----------|---|----------------|
| Tabel 2.1 | Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Sekarang | 18 |
| Tabel 3.1 | Rekapitulasi Jumlah Ibu Rumah Tangga tahun 2007 di Kecamatan Tulungagung..... | 22 |
| Tabel 3.2 | Jumlah Ibu Rumah Tangga dan Jumlah Sampel Yang Diambil..... | 24 |
| Tabel 4.1 | Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin dan Kelurahan Tahun 2007 di Kecamatan Tulungagung..... | 32 |
| Tabel 4.2 | Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencaharian pada tahun 2007 di Kecamatan Tulungagung..... | 33 |
| Tabel 4.3 | Jumlah Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan tahun 2007 di Kecamatan Tulungagung..... | 33 |
| Tabel 4.4 | Karakteristik Responden Berdasarkan Klasifikasi Umur dan Penggunaan Merek | 35 |
| Tabel 4.5 | Hasil Uji Validitas Metode <i>Pearson Product Moment</i> Keempat Merek | 38 |
| Tabel 4.6 | Hasil Uji Reliabilitas Metode <i>Spearman-Brown</i> Keempat Merek | 43 |
| Tabel 4.7 | Hasil Analisis Asosiasi Merek (<i>Brand Association</i>) Dengan Uji <i>Cochran</i> | 53 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|--|----------------|
| Gambar 2.1 Proses Pemilihan Nama Merek (<i>Brand Name</i>) | 9 |
| Gambar 2.2 Konsep <i>Brand Equity</i> | 11 |
| Gambar 3.1 Alur Pemecahan Masalah..... | 29 |

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Data Hasil Uji Validitas Metode *Pearson Product Moment*
- Lampiran 3 Data Primer Hasil Pengisian Kuesioner Tentang *Brand Association* Merek Rinso
- Lampiran 4 Tabel Penghitungan Uji Reliabilitas Metode *Spearman-Brown* Untuk Merek Rinso
- Lampiran 5 Tabel Pengujian Uji *Cochran* Tahap 1 Semua Asosiasi Untuk Merek Rinso
- Lampiran 6 Tabel Pengujian Uji *Cochran* Tahap 2 Semua Asosiasi Kecuali Asosiasi 2 (Banyak Pilihan) Untuk Merek Rinso
- Lampiran 7 Tabel Pengujian Uji *Cochran* Tahap 3 Semua Asosiasi Kecuali Asosiasi 2 (Banyak Pilihan) dan Asosiasi 6 (Harga Murah) Untuk Merek Rinso
- Lampiran 8 Data Primer Hasil Pengisian Kuesioner Tentang *Brand Association* Merek Surf
- Lampiran 9 Tabel Penghitungan Uji Reliabilitas Metode *Spearman-Brown* Untuk Merek Surf
- Lampiran 10 Tabel Pengujian Uji *Cochran* Tahap 1 Semua Asosiasi Untuk Merek Surf
- Lampiran 11 Tabel Pengujian Uji *Cochran* Tahap 2 Semua Asosiasi Kecuali Asosiasi 2 (Banyak Pilihan) Untuk Merek Surf
- Lampiran 12 Data Primer Hasil Pengisian Kuesioner Tentang *Brand Association* Merek Daia
- Lampiran 13 Tabel Penghitungan Uji Reliabilitas Metode *Spearman-Brown* Untuk Merek Daia
- Lampiran 14 Tabel Pengujian Uji *Cochran* Tahap 1 Semua Asosiasi Untuk Merek Daia
- Lampiran 15 Tabel Pengujian Uji *Cochran* Tahap 2 Semua Asosiasi Kecuali Asosiasi 2 (Banyak Pilihan) Untuk Merek Daia

- Lampiran 16 Data Primer Hasil Pengisian Kuesioner Tentang *Brand Association* Merek Attack
- Lampiran 17 Tabel Penghitungan Uji Reliabilitas Metode *Spearman-Brown* Untuk Merek Attack
- Lampiran 18 Tabel Pengujian Uji *Cochran* Tahap 1 Semua Asosiasi Untuk Merek Attack
- Lampiran 19 Tabel Pengujian Uji *Cochran* Tahap 2 Semua Asosiasi Kecuali Asosiasi 6 (Harga Murah) Untuk Merek Attack
- Lampiran 20 Tabel Pengujian Uji *Cochran* Tahap 3 Semua Asosiasi Kecuali Asosiasi 6 (Harga Murah) Dan Asosiasi 2 (Banyak Pilihan) Untuk Merek Attack
- Lampiran 21 Tabel Harga Kritis dari *r Product Moment*
- Lampiran 22 *Chi-Square* Distribution

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Fenomena persaingan yang ada dalam era globalisasi akan semakin mengarahkan sistem perekonomian Indonesia ke mekanisme pasar yang memposisikan pemasar untuk selalu mengembangkan dan merebut pangsa pasar, sehingga kegiatan pemasaran harus dilakukan dengan baik. Konsentrasi dalam kegiatan pemasaran adalah terletak pada bagaimana memposisikan suatu produk agar dapat diterima dan dikonsumsi oleh masyarakat. Posisi konsumen yang penting membawa konsekuensi bahwa setiap perilaku usaha harus bersaing untuk memberikan yang terbaik bagi kepuasan konsumen (*customer satisfaction*). Salah satu aset untuk mencapai keadaan tersebut adalah dengan merek. Persaingan merek suatu produk di berbagai media menjadi konsumsi sehari-hari. Tidak ada satu produkpun yang berusaha mengalah, masing-masing mengusung citra yang terbaik di mata konsumen.

Merek merupakan nama, istilah, simbol, desain ataupun kombinasi yang mengidentifikasi suatu produk atau jasa yang dihasilkan oleh suatu perusahaan. Identifikasi tersebut juga berfungsi untuk membedakan dengan produk yang ditawarkan pesaing. Sebenarnya merek merupakan nilai *tangible* dan *intangibile* yang terwakili dalam sebuah merek dagang yang mampu menciptakan nilai dan pengaruh tersendiri bila diatur dengan tepat. (Durianto, 2001:59).

Merek memegang peranan yang sangat penting, yaitu menjembatani harapan konsumen terhadap janji-janji yang ditawarkan oleh perusahaan, sehingga akan terdapat ikatan emosional antara konsumen dengan perusahaan sebagai penghasil produk melalui merek. Para pesaing menawarkan produk yang sama tetapi tidak mungkin menawarkan janji emosional yang sama kepada konsumen.

Produk dengan ekuitas merek (*brand equity*) yang kuat dapat membentuk landasan merek (*brand platform*) yang kuat dan mampu mengembangkan keberadaan suatu merek dalam persaingan apapun dalam jangka waktu yang lama. Semakin kuat ekuitas merek (*brand equity*) suatu produk maka semakin kuat pula daya tariknya dimata konsumen untuk mengkonsumsi produk