



**ANALISIS VARIABEL-VARIABEL EKUITAS MEREK
(*BRAND EQUITY*) PRODUK PROSESOR KOMPUTER
MEREK INTEL
PADA MAHASISWA UNIVERSITAS JEMBER**

SKRIPSI

Oleh

SIGIT SUDARMONO
NIM. 030810201252

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2007**



**ANALISIS VARIABEL-VARIABEL EKUITAS MEREK
(*BRAND EQUITY*) PRODUK PROSESOR KOMPUTER
MEREK INTEL
PADA MAHASISWA UNIVERSITAS JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan sebagai satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Oleh

SIGIT SUDARMONO
NIM. 030810201252

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2007**

PERSEMBAHAN

◆—————◆
Skripsi ini saya persembahkan untuk;

1. *Alloh SWT Sang Raja Manusia, serta Rosulloh SAW Nabi Pemberi Syafaat*
2. *Kedua orang tua tersayang, Ibunda Marsih dan Ayahanda Sidiyanto yang telah mendoakan dan memberi kasih sayang, pengertian, makna hidup serta pengorbanan tak terkira selama ini;*
3. *Adik-adikku Maryo (Mimir) dan Adhie yang selalu memberikan warna persaudaraan serta keceriaan hari-hariku;*
4. *Guru-guruku baik formal dan informal yang memberikan jalan dalam pencarian jadi diri;*
5. *Seseorang yang pernah dan yang akan menjadi bagian hidupku, terima kasih telah memberiku makna tentang pengertian dan kepercayaan;*
6. *Ide dan pemikiran kritis, semoga selalu menjadi doronganku dalam menjalani hidup;*
7. *Almamater Fakultas Ekonomi Universitas Jember.*

MOTTO

Berkatalah orang-orang yang dianugerahi ilmu: “Kecelakaan yang besarlah bagimu, pahala Allah adalah lebih baik bagi orang-orang yang beriman dan beramal saleh, dan tidak diperoleh pahala itu, kecuali oleh orang-orang yang sabar.”
(terjemahan surat Al-Qashash ayat 28)

Sepiro Gedhene Sengoro Yen Tinompo Amung Dadi Coba
(falsafah Persaudaraan Setia Hati Terate)

Yakin Usaha Sampai
(Himpunan Mahasiswa Islam)

Orang Dengan Sebuah Ide Baru Adalah Suatu Keanehan Sampai Ide tersebut Berhasil
(Mark Twain)

*Jangan Biarkan Pikiranmu Terbelenggu Oleh Kesenangan Dan Kemapanan,
cobalah kritis dan responsif*
(sudarmono)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sigit Sudarmono

NIM : 030810201252

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul: *Analisis Variabel-Variabel Ekuitas Merek (Brand Equity) Produk Prosesor Komputer Merek Intel Pada mahasiswa universitas jember* adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 12 September 2007

Yang menyatakan,

Sigit Sudarmono

NIM. 030810201252

TANDA PERSETUJUAN

Judul skripsi :ANALISIS VARIABEL-VARIABEL EKUITAS MEREK
(*BRAND EQUITY*) PRODUK PROSESOR KOMPUTER
MEREK INTEL PADA MAHASISWA UNIVERSITAS
JEMBER

Nama Mahasiswa :SIGIT SUDARMONO

NIM :030810201252

Konsentrasi :Manajemen Pemasaran

Pembimbing I,

Pembimbing II,

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

Sri Wahyu Lely H.,SE, M.Si
NIP.131 258 069

Ketua Jurusan

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

ABSTRAKSI

Penelitian dengan judul “Analisis Variabel-Variabel Ekuitas Merek (Brand Equity) Produk Prosesor Komputer Merek Intel Pada mahasiswa Universitas Jember” ini bertujuan untuk mengetahui kondisi ekuitas merek produk prosesor Intel Pentium dan Intel Celeron.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif yaitu suatu metode penelitian untuk memperoleh gambaran mengenai situasi atau kejadian sehingga metode ini berkehendak mengadakan akumulasi data, memberikan gambaran terhadap fenomena-fenomena penelitian berdasarkan pada data primer yang diambil dari kuesioner pada responden (Mahasiswa Universitas Jember yang memiliki komputer dengan merek prosesor Intel Pentium dan Intel Celeron) yang ada dan tersedia pada obyek penelitian.

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah: uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan metode *product moment pearson*, rata-rata dan *standart deviasi*, uji *cochran*, diagram *performance-importance*, piramida *brand loyalty*, serta analisis Pro T.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Intel Pentium merupakan merek yang mampu menduduki posisi *top of mind* sedangkan Intel Celeron menduduki posisi *brand recall*. Pada *brand association*, prosesor merek Intel Celeron memiliki seluruh asosiasi yang diujikan, sementara Intel Pentium memiliki semua asosiasi kecuali prosesor yang murah. Pada hasil analisis *perceived quality*, kedua merek yang diteliti memiliki *performance* yang lebih rendah daripada *importancenya*. Pada tingkat *brand loyalty*, piramida yang terbentuk dari kedua merek memiliki piramida sempurna yang ideal untuk *brand loyalty* yaitu piramida segitiga terbalik

Kata kunci: ekuitas merek, deskriptif, prosesor komputer

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah dan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan iman sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan tanpa halangan dan rintangan suatu apapun. Tak lupa sholawat serta salam selalu terlimpahkan kepada Rosululloh SAW yang kita harapkan syafaatnya di hari akhir nanti.

Skripsi merupakan karya dari penulis dan merupakan salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember. Dalam penyusunan hingga terselesainya skripsi ini, penulis menyadari telah banyak pihak yang membantu, membimbing, dan mendorong serta memberi semangat pada penulis. Untuk itu pada kesempatan kali ini, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Sarwedi, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember;
2. Ibu Dra. Diah Yulisetiari, Msi, selaku Ketua Jurusan Manajemen sekaligus dosen pembimbing I, terima kasih atas bimbingan dan nasehatnya selama ini;
3. Ibu Sri Wahyu Lelly, SE, Msi, selaku dosen pembimbing II terima kasih atas bimbingan dan waktunya;
4. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan tentang ilmu ekonomi;
5. Kedua orang tua Bapak Sidiyanto dan Ibu Marsih terima kasih atas do'a, nasehat, dorongan serta kasih sayang selama ini yang tidak bisa digantikan dengan apapun;
6. Adik-adikku Maryo dan Adhie terima kasih atas do'a dan perhatiannya.
7. AE 5307 HE, terima kasih telah menemaniku kemana saja aku butuhkan, pasti kurawat dan tidak akan kujual!!!;

8. Lita *my Inspired Live, thank's for your's support, advice, and motivation;*
9. Saudara-saudaraku di Asrama UNEJ Endro "Coro", Endra "Kiplie", Arif "Babie", Agung "Dunklik", mas Yoyok "Markoyok", Arief "Bebek", Reza "Bagong", Kiyat, Dikki "Kintol", Adit "Satan", Bowo "BWK", mas Feri, Memed dan Adit "BWI" yang menjadi "saudara" setiaku selama ini, aku akan ingat selalu pada kalian semua;
10. Teman-teman seperjuangan di Himpunan Mahasiswa Islam "komek", mas Adam, mas Roni, mas Lutfi, mas Rudi, mas Kukuh, mas Aris, mbak Riska dan mbak Ruli serta lainnya yang tidak bisa kusebutkan semuanya yang telah memberikan pengalaman intelektual, organisasi, dan militansi yang mewarnai kehidupan penulis;
11. UKM Pencak silat PSHT Kom. Unej Surur, mbak Vivin, mas Jayus, Willi, Danang, mas Budi, Diah, Andika, Eko Ristandio, Fitri, Devi, Jamat, Edi, Pandu, Ivan, Dina Unej dan Arjasa, serta saudara-saudaraku lainnya, tetap semangat dan kompak dan ingat selalu tujuan Persaudaraan Setia Hati Terate;
12. HMJ - Manajemen periode 2005-2006 Wahyu, Rena, Yoga, Jamal, Hari, Fafan, serta pengurus lainnya;
13. Teman-teman manajemen '03 Isa Bakar, Herlambang, Hari, Fajrin, mas'ud, Dina, Tina, Sigit Suryo, Wawan, serta teman-teman lainnya, sukses selalu;
14. semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Jember, September 2007

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
ABSTRAKSI	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan dan Manfaat	4
1.3.1 Tujuan Penelitian	4
1.3.2 Manfaat Penelitian	5
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Komunikasi pemasaran	6
2.2 Ruang Lingkup Merek	9
2.3 Ekuitas Merek	16
2.4 Ruang Lingkup Elemen-Elemen Ekuitas Merek (<i>Brand Equity</i>)	17
2.5 <i>Hardware</i> Computer	31
2.6 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	32
BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1 Rancangan Penelitian	35

3.2 Jenis dan Sumber Data.....	35
3.2.1 Jenis Data	35
3.2.2 Sumber Data.....	35
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	36
3.3.1 Populasi	36
3.3.2 Sampel.....	36
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	37
3.5 Teknik Pengukuran Data.....	39
3.6 Uji Validitas	41
3.7 Uji Reliabilitas Metode Spearman Brown	41
3.8 Metode Analisis Data.....	42
3.9 Kerangka Pemecahan Masalah	47
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Gambaran Umum Obyek yang diteliti	49
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan Intel Corp.....	49
4.1.2 Perkembangan Prosesor Merek Intel	52
4.1.3 Sejarah Singkat Universitas Jember.....	54
4.2 Karakteristik Responden	56
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur	61
4.4 Hasil Analisis Dan Pembahasan.....	63
4.4.1 Hasil Analisis Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>).....	63
4.4.2 Analisis Variabel <i>Brand Association</i>	65
4.4.3 Analisis Variabel <i>Perceived Quality</i>	67
4.4.4 Analisis <i>Brand Lyalty</i>	80
4.4.5 Pembahasan.....	93
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN.....	96
5.1 Simpulan	96
5.2 Saran.....	97

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Model hirarki tanggapan.....	7
Tabel 2.2. Penelitian Terdahulu	32
Tabel 4.1. Rekapitulasi Hasil Analisis Deskriptif <i>Top of Mind</i>	63
Tabel 4.2. Rekapitulasi Hasil Analisis Deskriptif <i>brand recall</i>	64
Tabel 4.3. Rekapitulasi Hasil Analisis Deskriptif <i>brand recognition</i>	64
Tabel 4.4. Rekapitulasi Hasil Analisis Deskriptif <i>unware of brand</i>	65
Tabel 4.5. Kecepatan dalam memproses data dan menjalankan aplikasi (<i>performance</i>).....	66
Tabel 4.6. Kecepatan dalam memproses data dan menjalankan aplikasi (<i>importance</i>).....	68
Tabel 4.7. Pelayanan purna jual / harga bekas (<i>performance</i>).....	69
Tabel 4.8. Pelayanan purna jual (<i>importance</i>)	70
Tabel 4.9. Kondisi suhu komputer (prosesor) saat digunakan (<i>performance</i>)	71
Tabel 4.10. Kondisi suhu komputer (prosesor) saat digunakan (<i>importance</i>)	71
Tabel 4.11. Kecepatan dalam memproses data dan menjalankan aplikasi (<i>performance</i>).....	72
Tabel 4.12. Kecepatan dalam memproses data dan menjalankan aplikasi (<i>importance</i>).....	73
Tabel 4.13. Pelayanan purna jual / harga bekas (<i>performance</i>).....	74
Tabel 4.14. Pelayanan purna jual /harga bekas (<i>importance</i>)	75
Tabel 4.15. Kondisi suhu komputer (prosesor) saat digunakan (<i>performance</i>)....	75
Tabel 4.16. Kondisi suhu komputer (prosesor) saat digunakan (<i>importance</i>)	76
Tabel 4.17. Rangkuman <i>performance-importance</i> merek Intel Celeron	77
Tabel 4.18. Rangkuman <i>performance-importance</i> merek Intel Pentium.....	77
Tabel 4.19. <i>Switcher – Brand Loyalty</i> Intel Celeron.....	81

Tabel 4.20. <i>Switcher – Brand Loyalty Intel Pentium</i>	82
Tabel 4.21. <i>Habitual Buyer-Brand loyalty Intel Celeron</i>	83
Tabel 4.22. <i>Habitual Buyer-Brand loyalty Intel Pentium</i>	84
Tabel 4.23. <i>Satisfied Buyer - Brand Loyalty Intel Celeron</i>	85
Tabel 4.24. <i>Satisfied Buyer - Brand Loyalty Intel Pentium</i>	86
Tabel 4.25. <i>Liking The Brand – Brand Loyalty Intel Celeron</i>	87
Tabel 4.26. <i>Liking the brand - brand loyalty Intel Pentium</i>	88
Tabel 4.27. <i>Committed Buyer - brand loyalty Intel Celeron</i>	89
Tabel 4.28. <i>Committed Buyer - brand loyalty Intel Pentium</i>	90

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Perspektif Identitas Merk	13
Gambar 2.2. Piramida <i>brand loyalty</i> segi tiga sempurna	30
Gambar 2.3. Piramida <i>brand loyalty</i> segitiga terbalik	34
Gambar 3.1. Diagram cartesius P-I.....	45
Gambar 3.2. Piramida <i>brand loyalty</i> segitiga terbalik	46
Gambar 3.3. Alur Kerangka Pemecahan Masalah	47
Diagram 4.1. Persentase Jenis Kelamin Responden	57
Diagram 4.2. Persentase Fakultas dari Responden	57
Diagram 4.3. Persentase Angkatan Responden.....	58
Diagram 4.4. Lama penggunaan computer merek Intel Celeron	58
Diagram 4.5. Lama penggunaan computer merek Intel Pentium.....	59
Diagram 4.6. Pendapatan Responden Merek Intel Celeron	60
Diagram 4.7. Pendapatan Responden Merek Intel Pentium	60
Gambar 4.8. Piramida <i>Brand Loyalty</i> Intel Celeron	92
Gambar 4.9. Piramida <i>Brand Loyalty</i> Intel Pentium.....	93

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner

Lampiran 2: Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas variabel *Perceived Quality* dan *Brand Loyalty*

Lampiran 3: Tabulasi Data *Brand Awareness*

Lampiran 4: Tabulasi Data *Brand Association* Intel Pentium

Lampiran 5: Tabulasi Data Brand Asosiasi Intel Celeron

Lampiran 6: Tabulasi Data Loyalitas Merek Intel Celeron

Lampiran 7: Tabulasi Data Loyalitas Merek Intel Pentium

Lampiran 8: Tabulasi Data *Perceived Quality* Intel Celeron

Lampiran 9: Tabulasi Data *Perceived Quality* Intel Pentium

Lampiran 10: Contoh sampel produk prosesor computer yang diteliti