



**KONTRIBUSI PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMBENTUK
CITRA MEREK “BATIK JEMBER” RUMAH BATIK ROLLA**

***CONTRIBUTION OF CONSUMER’S BEHAVIOR TO MAKE BRAND IMAGE
“BATIK JEMBER” RUMAH BATIK ROLLA***

SKRIPSI

Oleh

**Ida Ayu Made Winasista Suandewi
NIM 060910202041**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2010**



**KONTRIBUSI PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMBENTUK
CITRA MEREK “BATIK JEMBER” RUMAH BATIK ROLLA**

***CONTRIBUTION OF CONSUMER’S BEHAVIOR TO MAKE BRAND IMAGE
“BATIK JEMBER” RUMAH BATIK ROLLA***

SKRIPSI

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

Oleh

Ida Ayu Made Winasista Suandewi

NIM 060910202041

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER**

2010

PERSEMBAHAN

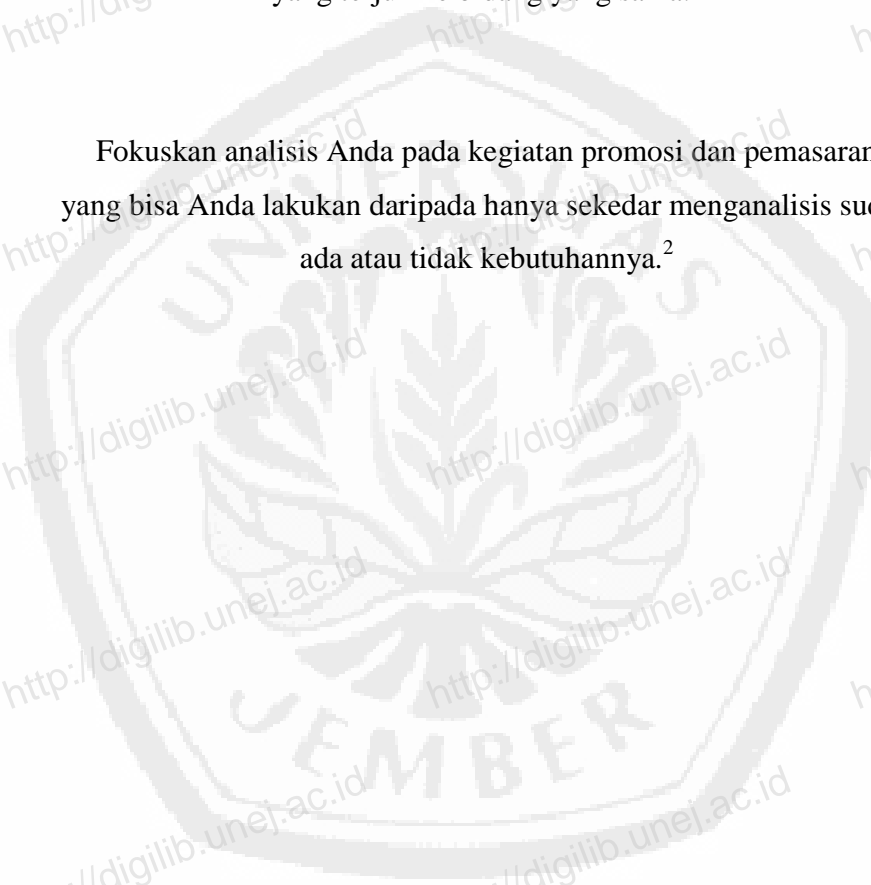
Skripsi ini khusus penulis persembahkan untuk:

1. Bapak dan Ibu, Drs. Ida Bagus Ketut Suasana dan Ida Ayu Putu Puspa terima kasih atas segala doa, kasih sayang, pengorbanan serta kesabaran dan ketulusan yang tiada henti mengiringiku. Sebuah anugerah utukku menjadi bagian keluarga ini, semoga apa yang saya lakukan membuat beliau bangga.
2. Kakakku Ida Bagus Putu Prajna Yogi, S.S dan adikku tercinta Ida Bagus Suananda Yogi dan Ida BagusTri Ojas Saktiana yang selalu tulus memberikan doa, dorongan dan semangat utukku. Terima kasih atas segala ketulusannya.
3. Ida Bagus Satya Pradiksa yang selalu tulus memberikan doa, dorongan dan semangat utukku dalam penyelesaian skripsi ini. Terima kasih atas ketulusannya.
4. Almamaterku Ilmu Administrasi Niaga, FISIP Universitas Jember yang tercinta.

MOTTO

Usaha yang berhasil selalu membuahkan pengikut.
Ketika muncul satu bidang usaha yang berhasil, biasanya ada banyak pemain lain
yang terjun ke bidang yang sama.¹

Fokuskan analisis Anda pada kegiatan promosi dan pemasaran
yang bisa Anda lakukan daripada hanya sekedar menganalisis sudah
ada atau tidak kebutuhannya.²



1. Senduk, Safir. 2006. *Seri Kiat Perencanaan Keuangan "Buka Usaha Nggak Kaya? Percuma...!"*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, hal.164

2. *Ibid*, hal. 170

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

nama : Ida Ayu Made Winasista Suandewi

NIM : 060910202041

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis ilmiah yang berjudul “Kontribusi Perilaku Konsumen Dalam Membentuk Citra Merek ‘Batik Jember’ Rumah Batik Rolla” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika dalam pengutipan substansial disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan dalam institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

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

Jember, 18 Oktober 2010

Yang menyatakan

Ida Ayu Made Winasista Suandewi

NIM 060910202041

SKRIPSI

**KONTRIBUSI PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMBENTUK
CITRA MEREK “BATIK JEMBER” RUMAH BATIK ROLLA**

Oleh

Ida Ayu Made Winasista Suandewi
NIM 060910202041

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Sasongko, M.Si

Dosen Pembimbing Anggota : Drs. I Ketut Mastika, MM

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Kontribusi Perilaku Konsumen Dalam Membentuk Citra Merek

‘Batik Jember’ Rumah Batik Rolla” telah diuji dan disahkan pada:

hari, tanggal : Jumat, 29 Oktober 2010

tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Tim Penguji,

Ketua

Sekretaris

Drs. Poerwanto, MA

Dr. Sasongko, M.Si

NIP 19490715 198403 1 002

NIP 19570407 198609 1 001

Anggota Penguji,

1. Drs. I Ketut Mastika, MM (.....)
NIP 19590507 198903 1 002
2. Yuslinda Dwi Handini, S. Sos, M.AB (.....)
NIP 19790919 200812 2 001

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Prof. Dr. Hary Yuswadi, M.A

NIP 195207271981031003

RINGKASAN

Kontribusi Perilaku Konsumen Dalam Membentuk Citra Merek “Batik Jember” Rumah Batik Rolla; Ida Ayu Made Winasista Suandewi, 060910202041; 2010: 69 halaman; Ilmu Administrasi Niaga, Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember.

Salah satu strategi pemasaran yang harus dilakukan oleh perusahaan agar produknya dikenal dan diminati oleh konsumen diantaranya adalah menyangkut *brand* atau merek. Jika konsumen membeli produk dengan merek tertentu berarti konsumen memiliki keyakinan positif terhadap merek tersebut dan konsumen akan cenderung menilai merek produk tersebut bagus. Bila konsumen memiliki citra positif terhadap merek produk tersebut berarti konsumen mempunyai kesan yang baik pada produk tersebut begitu juga sebaliknya, bila konsumen memiliki citra negatif terhadap merek produk tersebut berarti konsumen mempunyai kesan yang jelek.

Salah satu fenomena yang ada saat ini adalah batik *sedang menjadi trend fashion yang sangat digemari oleh masyarakat sehingga membuat konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk batik tersebut dengan merek tertentu. Fenomena tersebut mendorong peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul: Kontribusi Perilaku Konsumen Dalam Membentuk Citra Merek “Batik Jember” Rumah Batik Rolla. Berdasarkan uraian tersebut maka permasalahan yang timbul adalah apakah citra merek “Batik Jember” yang diproduksi oleh Rumah Batik Rolla dapat bersaing di pasaran. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menggambarkan citra merek produk “Batik Jember” yang diproduksi oleh Rumah Batik Rolla dalam bersaing di pasaran.*

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen produk “Batik Jember” yang dihasilkan oleh Rumah Batik Rolla. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling* karena sampel ditentukan oleh peneliti berdasarkan pertimbangan tertentu yaitu 30 responden yang diambil dari data konsumen pada bulan Juli 2010 dan merupakan konsumen Rumah Batik Rolla yang bertempat tinggal di Kabupaten Jember dan menggunakan produk “Batik Jember yang dihasilkan oleh Rumah Batik Rolla. Analisis yang digunakan adalah analisis tabel distribusi frekuensi relatif dan analisis deskriptif persentase.

Pada penelitian ini terdapat indikator-indikator citra merek produk “Batik Jember” yang diproduksi oleh Rumah Batik Rolla karena adanya kontribusi dari perilaku konsumen, yaitu indikator kualitas produk, indikator manfaat produk, indikator pelayanan, indikator resiko dan indikator harga produk.

Kesimpulan dari penelitian ini yaitu merek produk “Batik Jember” yang diproduksi oleh Rumah Batik Rolla citra merek produk “Batik Jember” yang diproduksi oleh Rumah Batik Rolla dapat bersaing di pasaran karena adanya kontribusi perilaku konsumen yang diberikan terhadap merek produk tersebut karena persentase untuk indikator kualitas produk sebesar 77,33 persen; indikator manfaat produk sebesar 100 persen; indikator pelayanan sebesar 76,67 persen; indikator resiko yang tidak pernah dialami konsumen sebesar 70 persen; dan indikator harga produk sebesar 62,22 persen. Saran yang diberikan pada penelitian ini Rumah Batik Rolla perlu mempertahankan produknya agar konsumen dapat lebih meningkatkan daya belinya terhadap produk tersebut dan dapat menciptakan citra merek yang lebih positif lagi. Selain itu, Rumah Batik Rolla juga perlu meningkatkan citra merek produknya untuk menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat.

PRAKATA

Puji Syukur ke hadirat Tuhan YME atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah yang berjudul “Citra Merek ‘Batik Jember’ Rumah Batik Rolla”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) pada Program Studi Ilmu Administrasi Niaga, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Penyusunan Skripsi ini telah melalui beberapa proses yang harus dipenuhi dan tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu disampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
2. Drs. Suhartono, MP selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
3. Drs. Poerwanto, MA selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Niaga, Jurusan Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
4. Dr. Sasongko, M.Si selaku dosen pembimbing I atas kesabarannya untuk memberikan masukan, petunjuk, dan saran sehingga skripsi ini bisa terselesaikan;
5. Drs. I Ketut Mastika, MM selaku dosen pembimbing II atas kesabarannya untuk memberikan masukan, petunjuk, dan saran sehingga skripsi ini bisa terselesaikan;
6. Drs. Sutrisno, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik atas petunjuk dan bimbingannya;

7. Ir. Iriane Ch.M, A.Md. selaku pemilik sekaligus pimpinan Rumah Batik Rolla yang telah memberikan arahan dan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian;
8. Karyawan dan pengrajin batik Rumah Batik Rolla yang senantiasa memberikan bimbingan dan bantuan kepada penulis;
9. Karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember yang telah banyak membantu dalam penyelesaian karya ilmiah ini;
10. Teman-teman ADNI 2006 yang telah memberikan inspirasi dan hari-hari yang menyenangkan di kampus, terima kasih banyak untuk bantuannya.
11. Keluarga Griya Sunu Kalibalang (Mbak Uji, Mbak Adek, Komang Osin, Mbak Surya, Gek Pidani) yang selalu memberikan doa dan dukungan;
12. Leni, Ina, Respati, Vita, Yayik, Mbak Iis, Kiki dan Sandi yang selalu penulis repoti, terima kasih banyak atas bantuannya.
13. Dan semua pihak, terima kasih atas segala bantuan dan dukungannya kepada penulis selama ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, oleh karena itu diharapkan saran dan kritik dari semua pihak demi tercapainya kesempurnaan penulisan. Akhirnya semoga karya yang sederhana ini dapat diterima dan bermanfaat.

Jember, 29 Oktober 2010

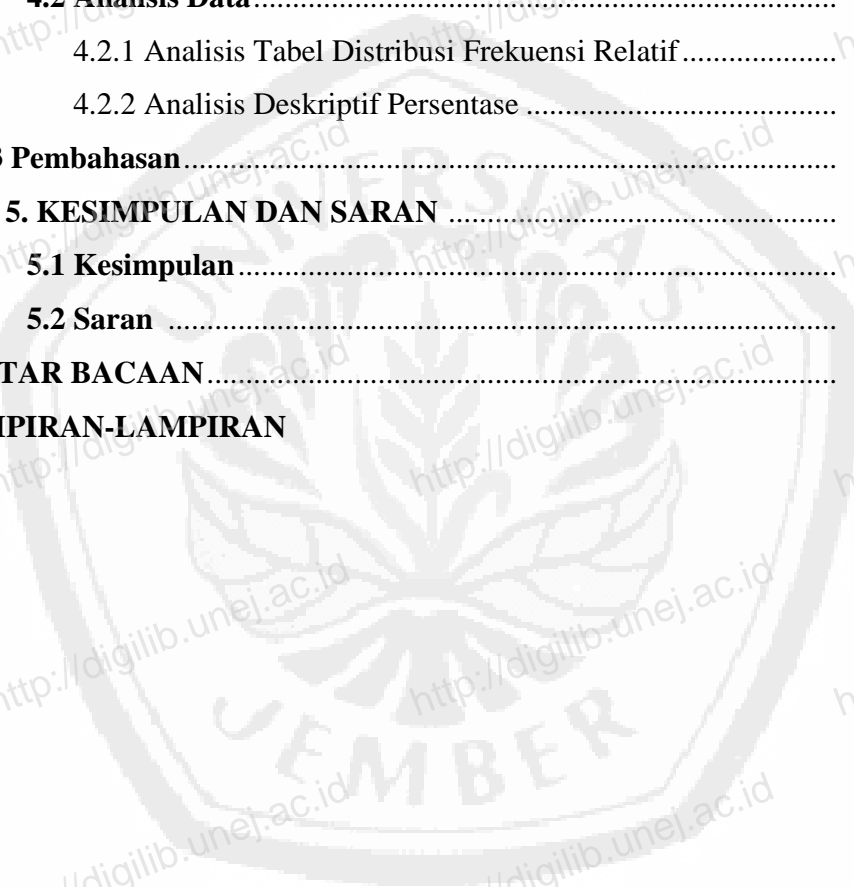
Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERSEMBAHAN	ii
MOTTO	iii
PERNYATAAN	iv
PEMBIMBINGAN	v
PENGESAHAN	vi
RINGKASAN	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1.3.1 Tujuan Penelitian	7
1.3.2 Manfaat Penelitian	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Pemasaran	9
2.2 Perilaku Konsumen	9
2.2.1 Definisi Perilaku Konsumen.....	10
2.2.2 Jenis Konsumen	11

2.2.3 Model Perilaku Konsumen	12
2.2.4 Proses Keputusan Membeli Konsumen	12
2.3 Merek	14
2.3.1 Definisi Merek	14
2.3.2 Tujuan dan Manfaat Merek.....	15
2.3.3 Elemen Merek.....	16
2.3.4 Keputusan Strategi Merek.....	18
2.4 Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	19
2.4.1 Definisi Citra Merek	20
2.4.2 Faktor-Faktor Pembentuk Citra Merek.....	21
2.5 Produk	21
2.5.1 Definisi Produk	21
2.5.2 Hierarki Produk.....	22
2.5.3 Klasifikasi Produk.....	23
2.6 Batik	24
2.6.1 Definisi Batik dan Motif Batik	24
2.6.2 Macam-Macam Batik.....	25
2.7 Model Analisis	26
2.8 Tinjauan Penelitian Terdahulu	26
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Tipe Penelitian	31
3.2 Jenis Sumber Data	31
3.3 Operasionalisasi Konsep	32
3.4 Tahap Persiapan Penelitian	34
3.5 Tahap Pengumpulan Data	35
3.6 Tahap Pengolahan Data	36
3.7 Tahap Analisis Data	37
3.8 Tahap Penarikan Kesimpulan	39

BAB 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Hasil Penelitian	40
4.1.1 Gambaran Umum Rumah Batik Rolla	40
4.1.2 Karakteristik Umum Responden	47
4.2 Analisis Data	49
4.2.1 Analisis Tabel Distribusi Frekuensi Relatif	49
4.2.2 Analisis Deskriptif Persentase	56
4.3 Pembahasan	61
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran	69
DAFTAR BACAAN	70
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



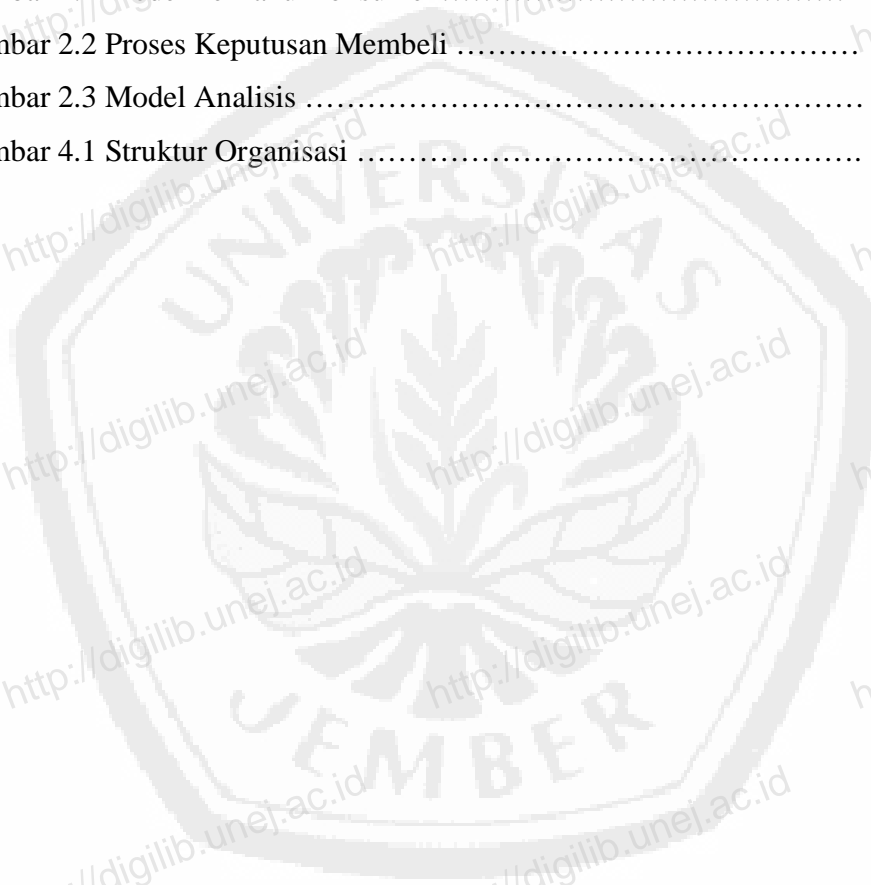
DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang.....	28
Tabel 3.1 Interval Kelas dan Kategori	38
Tabel 3.2 Hasil Perhitungan Deskriptif Persentase.....	39
Tabel 4.1 Jumlah Karyawan Rumah Batik Rolla.....	46
Tabel 4.2 Klasifikasi Produk Merek “Batik Jember” Berdasarkan Jenis Kain dan Harga.....	47
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Umur.....	48
Tabel 4.5 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden.....	49
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Keawetan Warna Produk “Batik Jember”	50
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Corak Warna Produk “Batik Jember”	50
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Kain Produk “Batik Jember”	50
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Motif Produk “Batik Jember”...	51
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Kemasan “Batik Jember”	51
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap Produk “Batik Jember” Dapat Digunakan Untuk Acara Formal	52
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Terhadap Produk “Batik Jember” Dapat Digunakan Untuk Acara Informal	52
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Terhadap Lokasi Rumah Batik Rolla.....	53
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Terhadap Ragam Pilihan Produk “Batik Jember”	53

Tabel 4.15 Tanggapan Responden Terhadap Sikap Pelayan Rumah Batik Rolla Saat Melayani Konsumen	53
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Terhadap Reaksi Pelayan Rumah Batik Rolla Saat Melayani Konsumen	54
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Terhadap Kerugian Akibat Kecacatan Produk “Batik Jember”	54
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Terhadap Harga Produk “Batik Jember” Bagi Konsumen.....	55
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Terhadap Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk “Batik Jember” Bagi Konsumen	55
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Terhadap Potongan Harga Yang Pernah Didapatkan Saat Membeli Produk “Batik Jember”.....	56
Tabel 4.21 Interval Kelas Dan Kategori	57
Tabel 4.22 Hasil Perhitungan Deskriptif Persentase Indikator Kualitas.....	58
Tabel 4.23 Hasil Perhitungan Deskriptif Persentase Indikator Manfaat.....	58
Tabel 4.24 Hasil Perhitungan Deskriptif Persentase Indikator Pelayanan	59
Tabel 4.25 Hasil Perhitungan Deskriptif Persentase Indikator Resiko.....	60
Tabel 4.26 Hasil Perhitungan Deskriptif Persentase Indikator Harga	61

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	12
Gambar 2.2 Proses Keputusan Membeli	13
Gambar 2.3 Model Analisis	26
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	42



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A. Pedoman Wawancara.....	72
Lampiran B. Daftar Konsumen Rumah Batik Rolla Bulan Juli-September 2010	73
Lampiran C. Daftar Identitas Responden.....	75
Lampiran D. Jawaban Responden Terhadap Citra Merek	76
Lampiran E. Data Berdasarkan Skor Terhadap Indikator Kualitas	77
Lampiran F. Data Berdasarkan Skor Terhadap Indikator Manfaat	78
Lampiran G. Data Berdasarkan Skor Terhadap Indikator Pelayanan	79
Lampiran H. Data Berdasarkan Skor Terhadap Indikator Resiko.....	80
Lampiran I. Data Berdasarkan Skor Terhadap Indikator Harga	81
Lampiran J. Surat Ijin Penelitian Dari Lembaga Penelitian Universitas Jember.....	82
Lampiran K. Surat Selesai Penelitian Dari Perusahaan	83
Lampiran L. Dokumen Foto Motif “Batik Jember”.....	84
Lampiran M. Dokumen Foto Motif Batik Tulis“Batik Jember”	85
Lampiran N. Dokumen Foto Motif Batik Cap “Batik Jember”	86
Lampiran O. Dokumen Foto Kemasan “Batik Jember”	87