



**ANALISIS *BRAND ASSOCIATION* PRODUK *FLASHDISK*
PADA MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS JEMBER**

SKRIPSI

Oleh:

**Hendy Trisbianto
NIM. 030810201261**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2010**



**ANALISIS *BRAND ASSOCIATION* PRODUK *FLASHDISK*
PADA MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS JEMBER**

SKRIPSI

**diajukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember**

Oleh:

**Hendy Trisbianto
NIM. 030810201261**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2010**

TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : ANALISIS *BRAND ASSOCIATION* PRODUK
FLASHDISK PADA MAHASISWA JURUSAN
MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER

Nama Mahasiswa : Hendy Trisbianto

NIM : 030810201261

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dra. Hj. Diah Yulisetiari, M.Si

NIP. 196107291986032001

Drs. Sunardi, M.M

NIP. 195304031985031001

Ketua Jurusan,

Dra. Hj. Diah Yulisetiari, M.Si

NIP. 196107291986032001

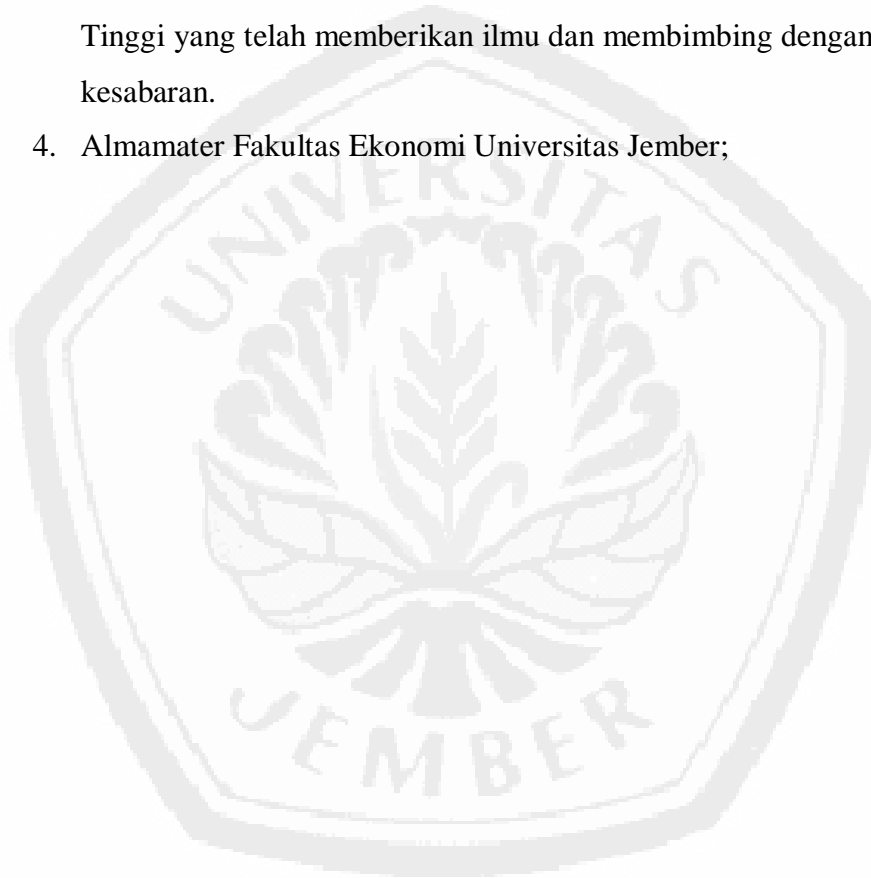
JUDUL SKRIPSI
iii

ANALISIS *BRAND ASSOCIATION* PRODUK *FLASHDISK* PADA
MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER

PERSEMBAHAN

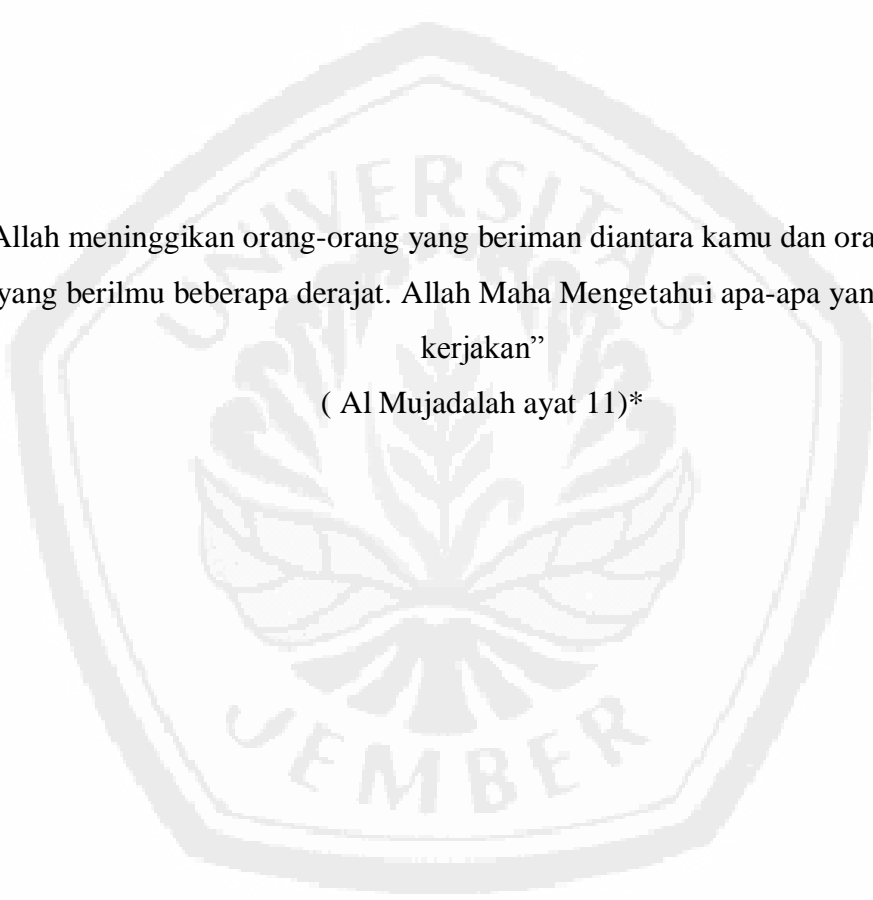
Puji syukur kehadiran Allah Swt yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tuaku tercinta Ayahnda Sutrisno dan Ibunda Sukesi;
2. Kakak-kakakku Lilis Suryani, Wahyuningtias dan Heni Trisanti;
3. Pahlawan tanpa tanda jasaku sejak Sekolah Dasar sampai Perguruan Tinggi yang telah memberikan ilmu dan membimbing dengan penuh kesabaran.
4. Almamater Fakultas Ekonomi Universitas Jember;



MOTTO

Tidak ada tempat yang lebih aman untuk bersembunyi, selain ruang kejujuran.
(Elizabeth Cady Stanton*)



“Allah meninggikan orang-orang yang beriman diantara kamu dan orang-orang yang berilmu beberapa derajat. Allah Maha Mengetahui apa-apa yang kamu kerjakan”
(Al Mujadalah ayat 11)*

**Analisis Brand Association Produk Flash Disk Pada Mahasiswa Jurusan
Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.**

Hendy Trisbianto

Manajemen
Fakultas ekonomi Universitas Jember

ABSTRAKS

Penelitian ini berjudul Analisis *Brand Association* Produk *Flashdisk* pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember. Jenis dari penelitian ini adalah penelitian deskriptif yaitu suatu metode penelitian yang menggambarkan data yang telah terkumpul tanpa bermaksud membuat kesimpulan secara umum (generalisasi). Penelitian ini berdasarkan pada data primer yang diambil dari kuesioner pada responden (Mahasiswa Reguler Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember Tahun Angkatan 2005 sampai 2009 yang pernah membeli atau mengetahui produk *Flashdisk* seperti Kingston, Jogr A-Data dan Easy Disk).

Untuk menganalisis *Brand Association* pada produk *Flashdisk* dengan indikator produk memiliki harga yang murah, produk dikemas dengan bagus, produk dengan beraneka pilihan bentuk, produk tahan lama, produk memiliki garansi, produk dapat memindah data dengan cepat, produk mudah didapatkan. Digunakan beberapa metode yaitu dengan uji reliabilitas dengan metode Spearman-Brown dan Test Cochran.

Dari hasil analisis diperoleh bahwa produk *Flashdisk* merek Kingston dan Jogr A-Data merupakan merek *Flashdisk* yang layak memiliki *brand image* yang didalamnya terkandung atribut asosiasi-asosiasi produk memiliki harga yang murah, produk dengan beraneka pilihan bentuk, produk tahan lama, produk memiliki garansi, produk dapat memindah data dengan cepat dan produk mudah didapatkan. Selain itu produk *Flashdisk* merek Kingston tidak layak memiliki asosiasi produk dikemas dengan bagus. Sedangkan produk *Flashdisk* merek Easy Disk tidak layak memiliki asosiasi-asosiasi produk dikemas dengan bagus dan produk dapat memindah data dengan cepat.

Kata Kunci : *Brand Association, Flashdisk, Uji Reabilitas, Spearman-Brown dan Test Cochran*

PRAKATA

Syukur Alhamdulillah Penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang atas kuasa rahmatNya Penulis mampu menyelesaikan penyusunan Skripsi sebagai syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa Skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan dorongan semangat dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. H. Moh. Saleh, M.Sc selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Ibu Dra. Diah Yulisetiarni, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember dan selaku dosen Pembimbing I yang telah memberikan perhatian, pengarahan bimbingan, motivasi, semangat, kesabaran dan semua bantuan-bantuannya dalam menyelesaikan Skripsi ini serta dorongan untuk menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Bapak Drs. Sunardi, M.M selaku dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat, dan pengarahan serta kesabaran dan semua bantuan-bantuannya dalam menyelesaikan Skripsi ini.
4. Ibu Dra. Sudarsih, M.Si sebagai dosen wali yang telah pengarahan dan semangat dalam penyelesaian Skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama perkuliahan.
6. Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
7. Kawan-kawan “Barudak Bangka Brotherhood”: Havindra ‘Tsar’ Vidi P, Ilham ‘Bodo’, Radian, Lukar ‘Babie’, Helmi ‘Cilik’, Samsul ‘Lus’, Teguh, Pak Rud, Azwar, Mas Kecheng, Uda Daus, The Sigit, om Antok, Cak Har, Adit terima kasih atas kebersamaan dan suasana kekeluargaan yang tercipta selama ini;

8. Kawan-kawan Manajemen'03: Setyo, Semi, Pangky, Lia, Rahma, Mamik, Sigit, Kiki, Nia serta kawan-kawan yang lain yang telah bersama-sama menempuh kuliah dan diskusinya;
9. Kawan-kawan di Jember : Bro Ateng, Aji Rahmadi, Dedi, Qomar serta kawan-kawan yang lain kapan-kapan kita nge'gigs' bareng lagi ya;
10. Kawan-kawan berpetualang : Agnes, Kiki, Fransi, Okim, Grandong, Lus, Toib, Cak Fajar kapan kita menginjakkan kaki di puncak para dewa lagi;
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penyusunan Skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu segala bentuk kritik maupun saran masih sangat dibutuhkan oleh Penulis dalam rangka pengembangan karya tulis selanjutnya. Penulis berharap semoga Skripsi ini dapat berguna bagi siapa saja yang berkenan meluangkan waktunya untuk membaca.

Jember, 5 November 2010

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN	iii
HALAMAN SURAT PERNYATAAN	iv
HALAMAN JUDUL SKRIPSI	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan Penelitian Dan Manfaat Penelitian	3
1.3.1 Manfaat Penelitian	3
1.3.2 Manfaat Penelitian	3
1.4 Batasan Masalah.....	4
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Landasan Teori	5
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran dan Konsep Pemasaran.....	5
2.1.2 Merek	6
2.1.3 Ekuitas Merek (<i>Brand Equity</i>)	7
2.1.4 Asosiasi Merek (<i>Brand Association</i>)	8

2.2 Tinjauan Penelitian Sebelumnya.....	10
2.3 Kerangka Konseptual.....	11
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	13
3.1 Rancangan Penelitian.....	13
3.2 Prosedur Pengumpulan data.....	13
3.2.1 Jenis data.....	13
3.2.2 Metode Pengumpulan Data.....	13
3.3 Populasi dan Sampel.....	14
3.3.1 Populasi.....	14
3.2.2 Sampel.....	14
3.4 Teknik Pengukuran.....	16
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	16
3.6 Teknik Pengujian.....	17
3.6.1 Uji Validitas.....	17
3.6.2 Uji Reliabilitas Metode Spearman-Brown.....	17
3.6.3 Metode Analisis Data dengan Test Cochran.....	17
3.7 Kerangka Pemecahan Masalah.....	20
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	22
4.1 Hasil Penelitian.....	22
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	22
4.1.2 Kondisi Intern Fakultas Ekonomi Universitas Jember.....	24
4.1.3 Visi, Misi dan Tujuan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.....	25
4.1.4 Sekilas Tentang Flashdisk Merk Kingston, Jogr A-Data dan Easy Disk.....	27
4.2 Statistik Deskriptif.....	29
4.3 Analisis Data.....	33
4.3.1 Pengujian Instrumen Data.....	33
4.3.2 Hasil Uji Cochran.....	34
4.4 Pembahasan.....	47

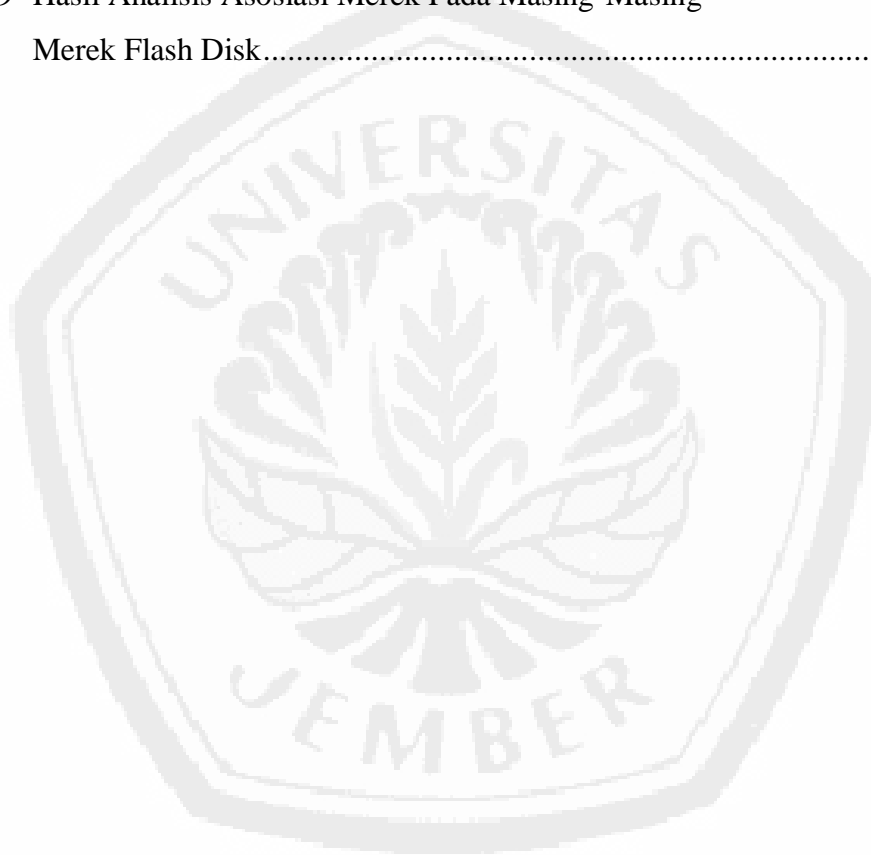
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN	50
5.1 Simpulan	50
5.2 Saran	50
DAFTAR PUSTAKA	52



DAFTAR TABEL

	Halaman
2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian.....	11
3.1 Jumlah Mahasiswa Reguler Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember Tahun Angkatan 2005 sampai dengan 2009.....	15
4.1 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden untuk Produk Kingston.....	30
4.2 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden untuk Produk Jogr A-Data...	31
4.3 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden untuk Produk Easy Disk	32
4.4 Hasil Pengujian Validitas Asosiasi Merek	33
4.5 Hasil Pengujian Reliabilitas	33
4.6 Hasil Uji Cochran Pengujian 1 Semua Asosiasi.....	34
4.7 Hasil Uji Cochran Pengujian 2 Semua Asosiasi Kecuali Asosiasi Yaitu Harga Produk Murah.....	35
4.7 Hasil Uji Cochran Pengujian 2 Semua Asosiasi Kecuali Asosiasi Yaitu Harga Produk Murah.....	35
4.8 Hasil Uji Cochran Pengujian 3 Semua Asosiasi Kecuali Asosiasi 1 Yaitu Harga Produk Murah dan Asosiasi 5 Yaitu Garansi Produk	36
4.9 Hasil Analisis Brand Association Yang membentuk Brand Image Untuk Produk Flask Disk Merek Kingston.....	37
4.10 Hasil Uji Cochran Pengujian 1 Semua Asosiasi.....	38
4.11 Hasil Uji Cochran Pengujian 2 Semua Asosiasi Kecuali Asosiasi 5 Yaitu Garansi Produk.....	39
4.12 Hasil Uji Cochran Pengujian 3 Semua Asosiasi Kecuali Asosiasi 5 Yaitu Garansi Produk dan Asosiasi 3 Yaitu Pilihan Bentuk Beraneka.....	40
4.13 Hasil Analisis Brand Association Yang Membentuk Brand Image Untuk Produk FlashDisk merek Jogr A-Data	41
4.14 Hasil Uji Cochran Pengujian 1 Semua Asosiasi.....	42
4.15 Hasil Uji Cochran Pengujian 2 Semua Asosiasi Kecuali Asosiasi 4 Yaitu Produk Tahan Lama	43

4.16 Hasil Uji Cochran Pengujian 3 Semua Asosiasi Kecuali Asosiasi 4 Yaitu Produk Tahan Lama dan Asosiasi 5 Yaitu Garansi Produk	44
4.17 Hasil Uji Cochran Pengujian 3 Semua Asosiasi Kecuali Asosiasi 4 Yaitu Produk Tahan Lama dan Asosiasi 5 Yaitu Garansi Produk Dan Asosiasi 6 Yaitu Kecepatan Memindah Data	45
4.18 Hasil Analisis Brand Association yang Membentuk Brand Image Untuk Produk Flash Disk Merek Easy Disk	46
4.19 Hasil Analisis Asosiasi Merek Pada Masing-Masing Merek Flash Disk.....	47



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Kerangka Konseptual.....	12
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah.....	20
4.1 Kurva Pengujian 1 Semua Asosiasi <i>Flashdisk</i> Merek Kingston.....	35
4.2 Kurva Pengujian 2 Semua Asosiasi <i>Flashdisk</i> Merek Kingston Kecuali Asosiasi 1 yaitu Harga Produk Murah	36
4.3 Kurva Pengujian 3 Semua Asosiasi <i>Flashdisk</i> Merek Kingston Kecuali Asosiasi 1 yaitu Harga Produk Murah dan Asosiasi 5 yaitu Garansi Produk	37
4.4 Kurva Pengujian 1 Semua Asosiasi <i>Flashdisk</i> Merek Jogr A-Data.....	39
4.5 Kurva Pengujian 2 Semua Asosiasi <i>Flashdisk</i> Merek Jogr A-Data Kecuali Asosiasi 5 yaitu Garansi Produk.....	40
4.6 Kurva Pengujian 3 Semua Asosiasi <i>Flashdisk</i> Merek Jogr A-Data Kecuali Asosiasi 5 yaitu Garansi Harga dan Asosiasi 3 yaitu Pilihan Bentuk Produk Beraneka.....	41
4.7 Kurva Pengujian 1 Semua Asosiasi <i>Flashdisk</i> Merek Easy Disk.....	42
4.8 Kurva Pengujian 2 Semua Asosiasi <i>Flashdisk</i> Merek Easy Disk Kecuali asosiasi 4 yaitu Produk Tahan Lama	43
4.9 Kurva Pengujian 3 Semua Asosiasi <i>Flashdisk</i> Merek Easy Disk Asosiasi Kecuali Asosiasi 4 yaitu Produk Tahan Lama dan Asosiasi 5 yaitu Garansi Produk.....	45

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Contoh Kuisisioner	53
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas	54
Lampiran 3 Hasil Uji Reabilitas	55
Lampiran 4 Hasil Uji Corhran	57
Lampiran 5 Gambar Flashdisk	67

